

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

CENTRI COMMERCIALI
**L'importanza
del foodservice**

BIOLOGICO
**L'incognita
del prezzo**

Catering aziendale
**LA MENSA
DEL FUTURO**

**RISTORAZIONE
2018**

4-5 ottobre - Milano

registrati online
www.ristorando.eu

Media partners:

Ristorando
retail food
Artù

RISTORAZIONE 2018

10° EDIZIONE
MOSTRA CONVEGNO
4-5 OTTOBRE 2018

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

in collaborazione con:

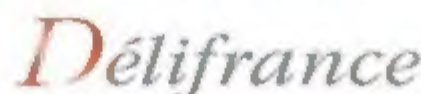


L'APPUNTAMENTO BIENNALE DEI PROFESSIONISTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

PLATINUM SPONSOR:



GOLD SPONSOR:



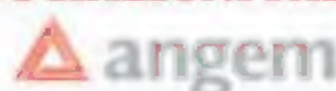
SILVER SPONSOR:



tecnoarredamenti
t-studio



ASSOCIAZIONI PARTNER



GIOVEDÌ 4 OTTOBRE

MATTINA ORE 9,30/13,00

ore 9,00/9,30 - Registrazione partecipanti
ore 11,00 - coffee break a cura di Cupiello Fresystem

CONVEGNO APERTURA

Sala Leonardo

Presentazione convegno:

Antonio Savoia - Presidente Edifis - Direttore di Ristorando

Saluto: **Attilio Fontana** - Presidente Regione Lombardia

Interventi:

Lino Stoppani - Presidente Fipe

Carlo Scarsciotti - Presidente Angem - Portavoce Oricon

Enzo Andreis - Presidente Aigrim

Relazione:

"Il mercato della ristorazione e i suoi scenari evolutivi"

Luciano Sbraga - Direttore Ufficio Studi FIPE

POMERIGGIO ORE 14,30/18,00

ore 16,00 coffee break a cura di Délifrance

COME PRODURREMO E COSA MANGEREMO NEL PROSSIMO FUTURO

In collaborazione con il Cons. Naz. Ordine dei Tecnologi Alimentari
Ai TA iscritti all'Albo saranno riconosciuti n. 3,5 CFP

Sala Leonardo

Chairman:

Riccardo Quintili - Direttore della rivista Il Salvagente

Saluto di **Serena Pironi** Segr. Naz. Ordine dei Tecnologi Alimentari

Relazioni:

"L'agricoltura di precisione e l'impatto sulla riduzione dei mezzi di produzione"

Dario Sacco - docente di Agricoltura di precisione Università degli Studi Torino

"L'aeroponica nella produzione di ortaggi"

Antonio Ferrante - docente di Sistemi Culturali Ortofloricoli Università degli Studi di Milano

"Tecnologie per il mantenimento della qualità dei prodotti di origine vegetale"

Pietro Tonutti - docente Scuola Universitaria Superiore S. Anna - Pisa

"Innovazione: uno sguardo in Europa"

Alexis Lerouge - Head of Marketing, Corporate Segment - Med Region Sodexo Italia

"L'impiego delle nano tecnologie nel campo agroalimentare"

Matteo Scampicchio - docente di Tecnologie Alimentari - Libera Università di Bolzano

"I novel food"

Carlo Massimo Pozzi - docente di Ingegneria Cellulare e Genomica - Università degli Studi di Milano

"Innovazione e internazionalizzazione: best practice sharing"

Roberto Limentani - CEO Camst International

RISTORAZIONE SOCIO SANITARIA: LE DISUGUAGLIANZE NEL PIATTO

Sala Bramante

Chairman: **Antonio Caretto** - Presidente ADI - Ass. Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica

Relazioni:

"Processi di aggregazione della domanda nel servizio di ristorazione degenti"
Niccolò Cusumano - PhD, Government Health and Not For Profit Knowledge Group - SDA Bocconi School of Management

"Presentazione delle nuove linee guida della ristorazione ospedaliera"

Giuseppe Plutino - Direzione Generale per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e la nutrizione - Ministero della Salute

"Criteri a confronto nei bandi di gara in sanità"

Corrado Giannone - Collaboratore di Ristorando

"Le performance ambientali del menù ospedaliero: il Caso Studio di Serenissima Ristorazione"

Lucia Cammisà - Responsabile Ufficio Qualità Serenissima Ristorazione

"Le modalità di gestione dei servizi di ristorazione delle aziende sanitarie"

Francesco Magni - Direttore Generale ASL Cuneo

"Umanizzazione e ristorazione in RSA"

Carlo Pedrolli - Resp. UOS Dietetica e Nutrizione Clinica Ospedale S. Chiara di Trento

"Sfide e opportunità dei bandi di gara pubblici per i servizi di ristorazione socio-sanitari"

Paolo Montemagno - Direttore Stream Sanità Gruppo Elio Italia

LA SICUREZZA MECCANICA DEGLI ALIMENTI - PREVENZIONE DA SOFFOCAMENTO

In collaborazione con OTA Lombardia e Liguria
Ai TA iscritti all'Albo saranno riconosciuti n. 3,5 CFP

Sala Solari

Chairman:

Denise Giacomini - Segretariato Generale Ministero della Salute

Relazioni:

"Soffocamento da alimenti nei bambini tra epidemiologia e prevenzione"

Dario Gregori - Responsabile Unità di biostatistica, epidemiologia e sanità pubblica Cattedra di Biostatistica - Università di Padova

"Standard per la sicurezza meccanica degli alimenti"

Davide Cassi - direttore del laboratorio di fisica gastronomica - Università di Parma

"Disfagia e Ristorazione: i trend di mercato"

Claudia Flaim - Direttore Commerciale Markas

"Organizzazione di un servizio ospedaliero per la rimozione del corpo estraneo"

Edoardo Calderini - Direttore UOC di Anestesia e Rianimazione Fondazione IRCCS Cà Granda - Ospedale Maggiore Policlinico

"Nutrire il paziente disfagico"

Samir Sukkar - Primario di Nutrizione clinica Ospedale San Martino Genova

"Esperienze nella produzione di cibi per disfagici"

Giovanni Varoli - Presidente General Beverage

"Procedure e sicurezza nel servizio di somministrazione nella fascia 6-36 mesi"

Cristina Gamba - Responsabile divisione Asili Nido Gruppo Elio Italia

"La ristorazione in ospedale a Piacenza: percorso di adattamento verso l'utente disfagico"

Michela Benvenuti - Logopedista Ospedale Guglielmo da Saliceto AUSL Piacenza

Gala Dinner

Hotel Four Seasons - 4 ottobre

Serata a inviti

i Convegni

di Ristorando

SUGLI ALIMENTI: QUALI SCENARI ALLA LUCE DELLA NUOVA DISCIPLINA NAZIONALE ED EUROPEA

Sala Chagall

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Claudia Balzaretto** - Ricercatrice Dipart. VESPA Università Studi di Milano

Intervengono:

Daniele Pisanello - Avvocato specialista in Diritto Alimentare

Lex Alimentaria Studio Legale Associato

Emilia Guberti - Dir. Medico di Igiene Alimenti e AUSL Bologna

Giuseppe Giustino - Responsabile Servizio Qualità Ladisa

Salvatore Velotto - Pres. Tecnologi Alimentari Lazio e Campania

Luigi Bonizzi - Docente Dip. Medicina Veterinaria Università Studi Milano

Roberto Copparoni - Direz. Gen. per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e

la nutrizione **Ministero della Salute**

Alessio Carparelli - Comandante Gruppo carabinieri per la salute NAS Milano

IL PUNTO SUL CODICE APPALTI

Sala S. Carlo

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Roberto Giannone** - Responsabile Progetti Speciali UL

Intervengono:

Riccardo Rifici - Direz. Generale Clima e Energia Ministero dell'Ambiente

Mario Romano - Category Manager Ristorazione Consip S.p.A.

Davide Moscuza - Avvocato Studio Martinez & Partners

Carlo Scarsciotti - Vice Pres. Foodservice Europe

Stefania Piscitelli - Responsabile affari legali e gare pubbliche ristorazione

Gruppo Pellegrini

VENERDÌ 5 OTTOBRE

MATTINA ORE 9,30/13,00

ore 11,00 - coffee break a cura di Cupiello Fresystem

OGM: PROSPETTIVA ALIMENTARE DEL FUTURO?

In collaborazione con ODAF Ordine dei Dottori Agronomi e dei Dottori Forestali

Sala Solari

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Andrea Di Stefano** - Direttore della rivista Valori

Intervengono:

Carla Brienza - Presidente Ord. Naz. Tecnologi Alimentari

Salvatore Ciappellano - Docente Alimentazione e Nutrizione umana

Università degli Studi di Milano

Giuseppe Cornacchia - Resp. Territorio Ambiente Confederazione Italiana Agricoltori

Dario Dongo - Avvocato - GIFT (greatitalianfoodtrade.it)

e FARE (foodagriculturerequirements.com)

Piero Morandini - Ricercatore Università degli Studi di Milano

Giuseppe Croce - Presidente Ordine dei Dottori Agronomi e Dottori

Forestali

CENTRI COMMERCIALI: CONTINUA IL BOOM DELLE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE

In collaborazione con CNCC - Consiglio Nazionale Centri Commerciali

Sessione mattutina

Sala Leonardo

Chairman: **Roberto Bramati** - Presidente Spazio Futuro - Pres. Comm. Food e Food Court CNCC

Saluto di **Massimo Moretti** Presidente CNCC

"La metamorfosi dei Centri Commerciali in Italia e all'Estero è in atto: la parola ai progettisti internazionali"

Ne discutono:

Davide Padoa - Ceo Design International

Chiara Domenici - Associate Director ChapmanTaylor

Paolo Matteuzzi - Senior Associate Zaha Hadid

"Le nuove Food Court: la formula vincente del progetto architettonico unito a marketing e comunicazione"

Ne discutono:

Franco Costa - Titolare Costa Group

Davide Arduini - Presidente Acqua Group

"I centri top tengono e crescono, ma arrivano i nuovi..."

Ne discutono:

Jose Maria Robles - General Manager Sierra Italy - C.C. "City Life" Milano

Pietro Malaspina - Senior Advisor Aedes Siiq

Francesco Ioppi - Direttore immobiliare Gruppo Finiper - C.C. Il Centro Arese

RISTORAZIONE SCOLASTICA: SITUAZIONE ATTUALE E SCENARI FUTURI

Sessione mattutina

Sala Bramante

Chairman: **Saverio Paffumi** - Giornalista - Direttore Editoriale Freemedia - SC Relazioni:

"I dati della ricerca Oricon sulla ristorazione scolastica"

Carlo Scarsciotti - Portavoce Oricon

"(Non) tutti a mensa - Presentazione del rapporto di Save The Children"

Silvia Taviani - Policy Officer Save the Children Italia

"La ristorazione scolastica tra qualità e sostenibilità"

Francesco Garrubba - Responsabile Operazioni Ristorazione Scolastica

Dussmann Service

"Gusto e disgusto"

Martino Ragusa - Medico psichiatra e gastronomo

"Menu di prevenzione ed educazione alimentare"

Cristina Giachi - Vice Sindaco di Firenze

Presid. Comm. Istruzione, politiche educative e educazione scolastica ANCI

"Ristorazione scolastica nel meridione: Un diritto sempre garantito?"

Marco Cangemi - Responsabile Area Gare e Contenzioso C.O.T. Soc. Coop.

"La ristorazione scolastica tra eccellenze e criticità: il ruolo dei cittadini"

Adriana Bizzarri - Responsabile settore scuola Cittadinanzattiva

CONSUMI E NUOVE TENDENZE

Sala S. Carlo

Chairman: **Andrea Aiello** - A.D. Edifis - Direttore retail&food

Relazioni:

"Ristorazione commerciale: i driver di innovazione dei format"

Bruna Boroni - Consulente Senior TradeLab

Prenota il tuo posto in platea!
Iscriviti subito
agli eventi che ti interessano

Per info:
www.ristorando.eu

RISTORAZIONE
2018

"Destinazione Fuoricasa: tendenze, sfide e opportunità"

Matteo Figura - Foodservice Italy Director NPD Group

"Ristorazione commerciale: nuove sfide e strategie di diversificazione"

Mario Resca - Presidente Confimprese

"I macro trend nazionali ed internazionali tra tenants e landlords"

Marco Beretta - Marketing & Purchasing Director Areas

"Trend emergenti e nuovi format nella ristorazione commerciale"

Vanessa Saverino - Communication & Media Relations CIRFOOD

"Nuovi trend ed innovazioni nel settore del Quick Service Restaurant"

Andrea Valota - General Manager Burger King Italia

L'APPROCCIO FOOD DEFENSE NELLA FILIERA DELLA RISTORAZIONE PUBBLICA

In collaborazione con FCSI e OTA Lombardia e Liguria

Ai TA iscritti all'Albo saranno riconosciuti n. 3,5 CFP

Sala Chagall

Chairman: **Massimo Artorige Giubilesi** - Tecnologo Alimentare, Presidente FCSI Italia

Relatori:

"L'approccio Food Defense a livello globale - America, Europa, Medio Oriente"

Claudio Gallotini - DVM, Ph.D. ToT FSPCA PCHE, ITA Corporation USA, Professional Member FCSI Italia

"Introduzione alla Food Defense"

Marco Gerevini - Senior Project Manager at Tecnoalimenti S.C.p.A.

"Lo standard di gestione della Food Defense"

Simona Contardi - Technical Sales Account and Lead auditor food safety presso Kiwa Cernat

"La condivisione della Food Defense tra Cliente e Fornitore"

Massimo Artorige Giubilesi - Tecnologo Alimentare, Presidente FCSI Italia - Food Safety & Management Corporate Advisor

"La vigilanza dell'autorità competente sulla ristorazione collettiva"

Filippo Castoldi - Dirigente DG Welfare UO Prevenzione Veterinaria e Controllo Alimenti Regione Lombardia

POMERIGGIO ORE 14,30/18,00

RISTORAZIONE SCOLASTICA: SITUAZIONE ATTUALE E SCENARI FUTURI

Sessione pomeridiana

Sala Bramante

Chairman: **Saverio Paffumi** - Giornalista - Direttore Editoriale Freemedia - SC Relazioni:

"Il gradimento dei piatti del menù da parte dei bambini: indagini statistiche e di neuromarketing condotte con l'Istituto Doxa e con l'Università IULM"

Fabrizio De Fabritiis - Amministratore Unico Milano Ristorazione

Massimo Sumbersi - Head of Doxa Marketing Advice

Vincenzo Russo - Docente di psicologia e consumi Università IULM

"L'importanza dell'educazione alimentare"

Elisabetta Ciserchia - Quality, Health, Safety & Environment Manager, School Segment Sodexo Italia

"La gestione delle diete"

Monica Maj - Nutrizionista UL Italia

"Piattaforma multisensoriale di educazione al valore del cibo"

Daniela Fabbri - Communication Manager CIRFOOD

"La povertà alimentare - Ricerca effettuata dalla Fondazione Cariplo"

Monica Villa - Vice Direttore Area Servizi alla Persona - Fondazione Cariplo

"Mangiare e nutrirsi, stomaco e cervello, società e aggregazione"

Maddalena Ferraioli - Insegnante Comune di Corsico

CENTRI COMMERCIALI: CONTINUA IL BOOM DELLE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE

In collaborazione con CNCC - Consiglio Nazionale Centri Commerciali

Sessione pomeridiana

Sala Leonardo

Chairman: **Roberto Bramati** - Presidente Spazio Futuro - Pres. Comm. Food e Food Court CNCC

"Le catene storiche si rinnovano, ma...arrivano le nuove"

Ne discutono:

Gabriele Morisi - Head of Business Development Chef Express

Alfonso Iannotta - Direttore Marketing Roadhouse

Alessandro Ravecca - Pres. Cibiamogroup - Pres. Federfranchising

Vincenzo Ferrieri - Ceo Gesa S.r.l. - Cioccolatitaliani

Elena Bacchini - Amministratore unico Ca'Pelletti Retail s.r.l.

Mirko Ricchi - A.D. Pollo&Friends

Massimo Barbieri - Franchising Manager Lowengrube

Alfredo Fabbri - Direttore Generale Gamba Bruno

Marco Ferroni - Executive Director Lainox Ali Group

Saluto di **Andrea Aiello** - A.D. Edifis

INNOVAZIONE, SICUREZZA ED ENERGIA: LE ATTREZZATURE DELLA CUCINA PROFESSIONALE TRA PRESENTE E FUTURO

In collaborazione con Efcem Italia - European Federation of Catering Equipment

Sala Solari

"Valutazioni e attese per gli utilizzatori delle cucine professionali"

Relatori:

Fabio Acampora - Vicepresidente EPAM

Sonia Re - Direttore Generale APCI

TAVOLA ROTONDA

"Le risposte dell'industria e spunti di riflessione"

Chairman: **Cesare Lovisatti** - Senior Consultant Ceced Italia

Intervengono:

Evaldo Porro - Presidente EFCM ITALIA

Antonio Montanari - Docente a contratto Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo - Progettista e Consulente FCSI

Marco Masini - Chief Operating Officer ASSOFRIGORISTI

Maria Giulia Di Noia - Resp. U.O. Accertamenti a Tutela della Fede pubblica, Area Tutela del Mercato e Ambiente Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi

COMUNICARE LA QUALITÀ DEI PRODOTTI DI QUALITÀ

In collaborazione con OTA Lombardia e Liguria

Ai TA iscritti all'Albo saranno riconosciuti n. 3,5 CFP

Sala S. Carlo

TAVOLA ROTONDA

Chairman: **Alberto Schieppati** - Direttore della rivista BARTù

Intervengono:

Silvio Barbero - Vicepresidente Univ. di Scienze Gastronomiche Pollenzo

Mauro Rosati - Direttore Generale Qualivita

Franco Manna - A.D. Sebeto

Alfio Schiatti - Direttore MKT Cupiello Fresystem

Alessandro Fadda - Coordinatore Corso Manager della Ristorazione ALMA

Francesco Giardina - Mipaaf Ministero Politiche Agricole e Forestali



LIVE HAPPILY

PERFEZIONARE CIÒ CHE SIAMO È UNA STORIA SENZA FINE.

Caterina Ceraudo, un'intera vita dedicata a perfezionare la cucina creativa nel rispetto del territorio, per offrire al mondo i suoi migliori piatti.

illy, più di 80 anni dedicati a perfezionare un unico blend di 9 origini di Arabica, per offrire al mondo il suo miglior caffè.

Una condivisione di valori volta al continuo miglioramento per offrire ai propri clienti un'esperienza indimenticabile.

Visita il sito illy.com/professional o chiamaci al numero verde 800.821.021



FAKE news

“

Vero o falso? Reale o inventato?... Nel vortice di notizie in cui quotidianamente ci immergiamo per essere informati, i nuovi media digitali si stanno rivelando insidiosi. Colpa di giornalisti poco zelanti? Solo in piccolissima parte. Siamo noi lettori a dover fare ammenda per primi. Noi che ci facciamo facilmente attrarre dai titoloni. Noi che partecipiamo al tam tam "social-mediatico" a volte senza troppi scrupoli. Noi che con i nostri "mi piace" contribuiamo a dare credibilità a certe notizie spazzatura.

Nel mare magnum dell'informazione è oggi più complicato e difficile di un tempo orientarsi ed è fondamentale anche saper individuare strumenti informativi la cui affidabilità nella selezione delle notizie e nel loro approfondimento sia garantita.

Crediamo, senza tema di smentite, che Ristorando proponendo ormai da più di vent'anni un'informazione al di sopra di ogni sospetto, rientri in questa categoria. Non siamo né i più bravi e nemmeno infallibili, sia chiaro. Ma cerchiamo di fare un giornale in linea con le aspettative dei professionisti di catering e foodservice ai quali vogliamo fornire strumenti di conoscenza capaci di agevolare il loro lavoro.

”





FORNITURE ALBERGHIERE



cifasrl.it

Lomazzo (CO) - Tel. 02 96779084



tutte le novità su
@centroitalianoforniturealberghiere

SETTEMBRE 2018

03 Editoriale - Fake news

09 News - La notizia è servita

24 Tendenze e mercati - Uno scenario ricco di incognite

27 Ristorazione aziendale - Meno mensa più ristorante
Dall'ambientazione dei locali all'offerta gastronomica, dalla presentazione dei piatti al servizio: è facendo leva su questi aspetti che il settore B&I continua la sua marcia verso nuovi traguardi all'insegna della qualità

37 Gare e appalti - Prezzi a confronto
La mancanza di tariffe di riferimento per le derrate genera spesso anomalie nelle offerte e stime dei costi imprecise da parte delle stazioni appaltanti. Facciamo il punto

49 Shopping Center - Il cibo al centro
L'offerta f&b sempre più vitale per i mall, dove, concentrata nelle food court, rappresenta un traino fondamentale per la customer satisfaction del moderno cliente. Ma sullo sfondo, aleggia lo spettro delle chiusure domenicali...

61 Spreco alimentare - La carica delle doggy bag
La lotta agli avanzi dalle mense della collettiva arriva anche sulle tavole della ristorazione commerciale. Numeri, iniziative e strumenti per non buttare cibo al ristorante

67 Ristorando per Axios Informatica -
Software e servizi ideati e sviluppati su misura
Da 35 anni soluzioni IT per la ristorazione collettiva sociosanitaria, scolastica e aziendale

68 Trend - Si fa in fretta a dire bio
Cresce il peso delle materie prime green nelle scuole italiane, grazie anche alla certificazione delle mense e al fondo nazionale istituito dal Mipaaf. Ma non mancano i problemi...

73 Ristorando per Conor - Fairtrade certifica Conor
Il 2018 sancisce per l'azienda l'inizio di una nuova collaborazione all'insegna del sostegno del commercio equo e solidale

74 Efcem Italia - Piccoli produttori crescono
Anche le PMI seguono il trend positivo del settore italiano delle apparecchiature professionali per food service e ospitalità

76 Diritto alimentare - Le nuove sfide della ristorazione
L'accesso alla dieta vegetariana e vegana, con annesso corollario di obblighi e sanzioni per i ristoratori, è la nuova frontiera su cui presto o tardi si aprirà un confronto serrato per individuare nuove linee guida



Rubriche

- 81** La borsa delle imprese
- 87** Il mercante in fiera
- 89** Ristorando F&B
- 90** Ristorando club
- 96** Carta stampata

SOTRAL

LOGISTICA DISTRIBUTIVA



I professionisti del trasporto pasti

Corso Francia, 225 - 10139 Torino

Tel. +39 011 728822 - Fax +39 011 729090

commerciale@sotral.it - info@sotral.it

www.sotral.it



Ristorando

Anno 23 - numero 9 - settembre 2018

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it

Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Maurizio Formigoni • Georges Garcin • Corrado Giannone
• Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Stefano Masin • Antonio Montanari
• Davide Moscuza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Relazioni esterne: Ambrogio Montonati

Progetto grafico: Claudio Rossi Oldrati

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Roberta Motta • roberta.motta@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: CPZ S.p.A. • Costa di Mezzate (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996

Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti. Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS Spa - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.p.A.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE



Nel tuo ristorante solo le verdure migliori.

- Verdure coltivate in Italia • Altissima resa in cottura • Offerta ricca ed esclusiva



Orogel è
il partner ideale
per la ristorazione
perché ti offre solo
le verdure migliori,
coltivate esclusivamente
in Italia nei terreni
più vocati, seguendo
il ritmo della natura e
curando ogni dettaglio:
dalla semina al raccolto
fino alle tavole del
tuo ristorante per far
riscoprire ai tuoi clienti
tutta la meraviglia della
nostra terra.

Scopri tutte le iniziative
pensate per te e rimani
sempre aggiornato su:
www.orogel.it

La meraviglia di ogni giorno.



RISTORAZIONE COLLETTIVA



Gruppo Serenissima: bilanci e progetti

Crescita, premi e progetti: il 2017 del **Gruppo Serenissima Ristorazione** si è chiuso in positivo su diversi fronti, a partire dai dati di bilancio, con un fatturato consolidato pari a 306.717.148 euro e un utile consolidato di 7.774.096 euro.

A sua volta, il fatturato della capogruppo **Serenissima Ristorazione** corrisponde a 239.810.851 euro, con un valore della produzione pari a 243.768.510. Il colosso creato e guidato da **Mario Putin** distribuisce oltre 30 milioni di pasti all'anno, frutto di un lavoro costante che l'ha portato ad aggiudicarsi commesse e riconoscimenti, a partire dal *Premio Industria Felix* con la menzione di "Miglior impresa per numero addetti della provincia di Vicenza".

A ciò si somma l'inserimento nel "Manuale di orientamento sulle corrette abitudini alimentari sul luogo di lavoro" redatto dal Dipartimento di scienze bio-agroalimentari del CNR.

E non finisce qui: gli investimenti programmati e realizzati nel biennio 2015-2016 hanno portato nel 2017 alla realizzazione di un'ala produttiva destinata alla preparazione di piatti pronti di alta gastronomia destinati alla Gdo e alle catene commerciali di ristorazione. Alla luce di questi risultati, il prossimo piano industriale prevede oltre 20 milioni di euro che l'azienda, attiva all'estero attraverso le controllate in Spagna (**Serenissima Iberia** e **La Dujonka**) e in Polonia (**Serenissima Polska**), investirà in Ricerca e Sviluppo.



MARIO PUTIN,
presidente

Buoni pasto: Anseb a convegno

Con un giro d'affari di circa tre miliardi, una filiera che rappresenta lo 0,72% del Pil italiano e circa 190mila addetti tra lavoro diretto e indiretto, il settore dei buoni pasto ha assunto dimensioni via via più grandi nel contesto del foodservice italiano.

Secondo **Anseb**, l'associazione nazionale società emettitrici buoni pasto che raggruppa l'80% di tutto il mercato italiano, i sostitutivi di mensa vengono utilizzati da 2,4 milioni di lavoratori: 1,6 nel settore privato e 900mila nel pubblico. Risultato: il 40% di chi pranza fuori casa per lavoro usa il buono pasto. Nel 70% dei casi viene impiegato in bar, gastronomie e ristoranti (in totale gli esercizi convenzionati sono circa 150mila e si stima che il 40% dei loro introiti siano ascrivibili ai buoni); nel 30% è utilizzato nella grande distribuzione, dove il decreto 7 giugno 2017 n. 122, che ne autorizza adesso la cumulabilità fino a 8, ampliando la platea dei soggetti autorizzati al loro ritiro, ha trasformato il ticket per mangiare in "moneta corrente per fare la spesa". In precedenza, la detassazione del buono pasto elettronico, in vigore dal 1° luglio 2015, ha reso possibile la tecnologizzazione dei servizi, la diminuzione degli abusi, la velocizzazione dei tempi di pagamento agli esercenti e l'incremento del reddito in tasca ai lavoratori, che hanno infatti guadagnato 1,71 euro a pasto, pari a circa 380/400 euro all'anno. Non per nulla, come ha sottolineato **Emmanuele Massagli**, presidente Anseb, si tratta del benefit preferito dai lavoratori. A sua volta, Fipe ha avviato lo sportello "Sos Buono Pasto", a disposizione degli esercenti per segnalare in modo tempestivo alle società emettitrici possibili criticità nei servizi, così da agevolare risposte e interventi più rapidi. Esigenze tanto più sentite dopo le recenti problematiche emerse con la revoca da parte di Consip degli appalti della PA relativi al lotto 1 (Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta, Lombardia) e al lotto 3 (Lazio), "per reiterate, grave e rilevante inadempimento delle obbligazioni contrattuali" da parte di **Qui! Group**.

Sullo sfondo, la nuova gara della centrale per gli acquisti della pubblica amministrazione, che a settembre assegnerà in diversi lotti una commessa che vale 1,25 miliardi di euro.

Mense di Bologna, a Camst il 100% di Ribò

Camst fa sua **Ribò**, l'associazione temporanea di impresa che **Gemeaz-Elior** e la cooperativa bolognese avevano costituito nel 2015, vincendo l'appalto quinquennale per la ristorazione nelle scuole di **Bologna**, aggiudicato a fronte di un'offerta da 66.140.000 euro.

In seguito all'operazione, dal 1° agosto la quota del colosso guidato da **Antonio Giovanetti**,



che gestiva il centro pasti di Fossolo, è salito dal 40 al 100% dell'Ati, mediante l'acquisizione dei rami d'azienda relativi alle cucine di Erbosca e Casteldebole, fino ad oggi gestite da Gemeaz-Elior.

Da settembre, dunque, è Ribò-Camst a servire ogni giorno il pasto a 18mila bambini di materne ed elementari del capoluogo felsineo.



Burger King e KFC entrano in AIGRIM

BK e KFC hanno chiesto di aderire ad **AIGRIM**. Le costole italiane delle due multinazionali Usa raggiungono così **Autogrill**, **Chef Express**, **Lagardère**, **McDonald's**, **My Chef**, **Roadhouse**, **Sarni Ristorazione**, **Sea Service** e **Sirio** nell'associazione che, in seno a Fipe-Confindustria, rappresenta aziende che danno lavoro a 30mila persone, producono ricavi per oltre 3 miliardi di euro in 3.000 punti di ristoro da nord a sud dello Stivale. Numeri destinati a crescere con l'ingresso di Burger King (180 ristoranti in Italia e 4.000 addetti) e Kentucky Fried Chicken (22 ristoranti nel Belpaese), coronamento del proficuo lavoro svolto dall'organismo presieduto da **Enzo Andreis**, di recente confermato alla sua guida per il prossimo triennio, per la conclusione del nuovo contratto collettivo nazionale di lavoro per pubblici esercizi, ristorazione collettiva, commerciale e turismo.



Rossopomodoro: taglio nastro ad AREA12

Rossopomodoro apre all'interno di **AREA 12 Shopping Center**, il mall adiacente all'**Allianz Stadium** della Juventus. Il locale si estende per 170 mq (con 70 posti a sedere) cui se ne sommano altri 40 per il servizio take away. Si tratta della terza location aperta in franchising da **Luca Ormentini**, dopo quelle del **Lingotto** e nel **Parco Dora**. Area 12, che dispone di 2.000 posti auto, è il primo centro commerciale in Italia che coniuga shopping e grandi eventi sportivi in un contesto dedicato a spettatori, tifosi e famiglie della zona.

Augusto fa cinquina

Cinque opening per **Augusto**. La società jesina che opera come general contractor nella realizzazione "chiavi in mano" di locali di ristorazione commerciale fast casual, ha tagliato il nastro all'ottavo ristorante **Antica Focacceria San Francesco**, brand sviluppato da **FC Retail**, joint venture tra **Gruppo Feltrinelli** e **CIRFOOD**, nella foodcourt della stazione fs **Roma Termini**, dopo aver inaugurato altri quattro locali nel giro di un mese: **Ciocolatitaliani** a Civitanova Marche nel centro commerciale **Cuore Adriatico**, **Panino Giusto** all'interno del **McArthurGlen Designer Outlet** a Noventa di Piave (VE) e due pdv **SirioBar** presso gli ospedali **Santa Maria della Stella** a Orvieto e **Burlo Garofolo** di Trieste.



Autogrill Più innova l'offerta in autostrada

Fiocco azzurro in casa **Autogrill**. Il colosso italiano del people on the move ha presentato **Autogrill Più**, il nuovo concept autostradale caratterizzato da una struttura modulare ispirata alle food court cittadine, con un'offerta culinaria declinata sui trend healthy e street food. Innovativo il modello di servizio, con gli spazi interni differenziati per rispondere alle diverse tempistiche di consumo dei clienti: accanto all'area **Comfort** con i concept **Ciao** (dove l'offerta è basata sulle nuove **Super Salad** e i **Super Food**), **Burger In** (nuovo concept dedicato all'hamburger con 5 ricette al piatto) e **La Piadineria** (brand con 200 locali tra Italia e Francia per la prima volta portato in autostrada), ecco l'area **Fast**, dove scegliere tra **Gusti di Strada** (nuovo format dedicato allo street food italiano), **Camogli&Friends** (concept che prende il nome dal panino più iconico di Autogrill dove scegliere tra i classici e i nuovi panini creati dallo **Spazio Fucina** aziendale), **Mr Good** (zona dedicata ai prodotti healthy e green).

A completamento dell'offerta di Autogrill Più il **buzzer** e il **pick-up point**. Il primo permette di aspettare seduti al tavolo i piatti che vengono preparati nell'area **Comfort**, per poi ritirarli dopo l'avviso sonoro del buzzer. Il **pick-up point**, invece, consente di gestire in modo più veloce i flussi nell'area **Fast** dove si ordina, si paga e poi si aspetta il cibo per consumarlo in loco o take-away. Autogrill Più si trova attualmente nelle aree di servizio di **Crocetta Sud** (Alessandria) e di **Somaglia Est** (Lodi); l'obiettivo è di esportarlo anche in altri punti vendita del canale autostradale.

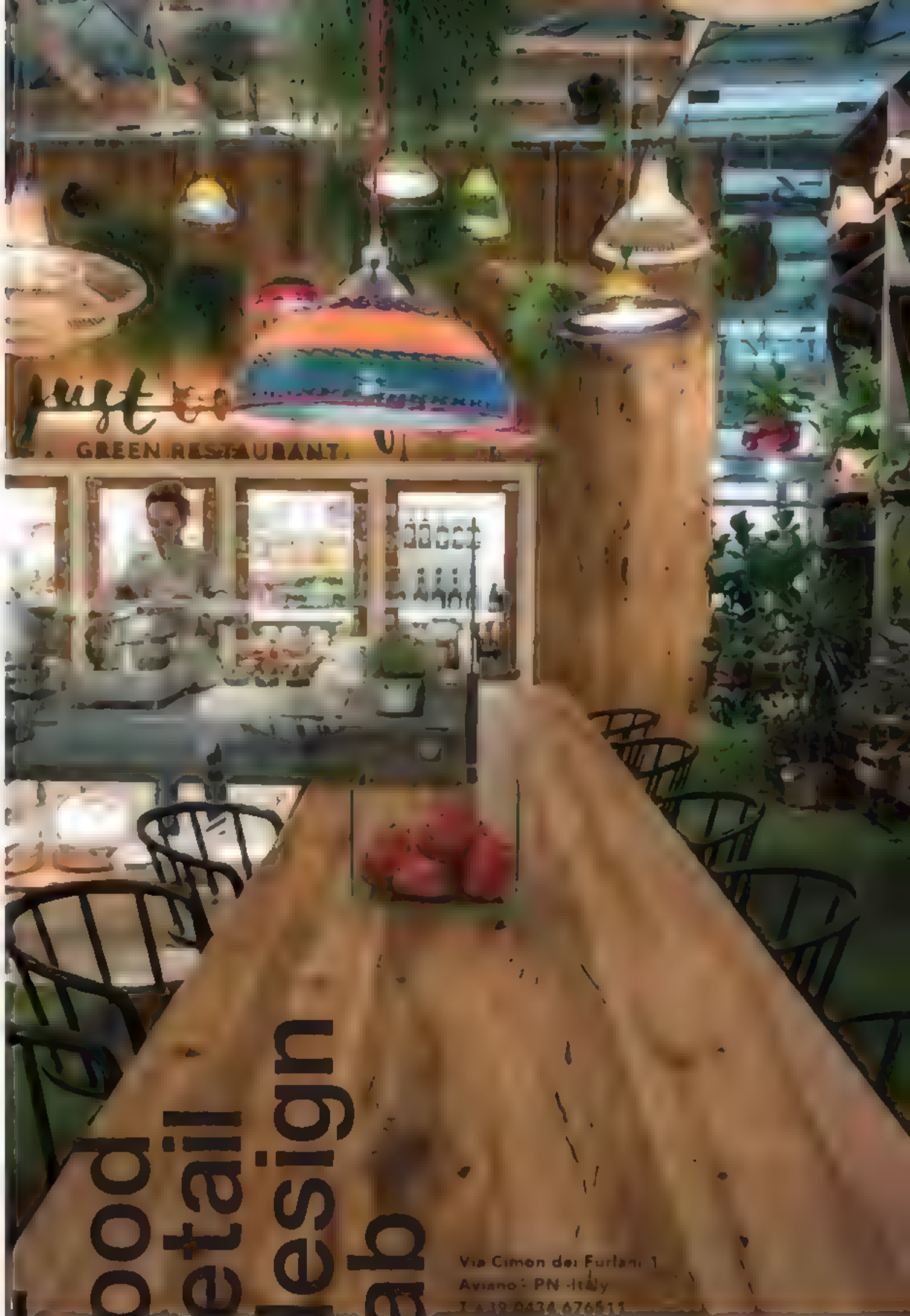


tecnoarredamenti

**food
retail
design
lab**

Via Cimon dei Furlani 1
Aviano - PN - Italy
T +39 0434 676511

info@tecnoarredamenti.com
tecnoarredamenti.com





Gruppo Camst: ricavi in crescita nel 2017

Ben 750 milioni di euro di ricavi aggregati (+11% vs 2016), oltre 9 milioni di utile aggregato e circa 130 milioni di pasti: ecco i numeri salienti per il 2017 del **Gruppo Camst**, che confermano per il trentanovesimo anno consecutivo il trend positivo di crescita dell'azienda.

Uno stato di salute testimoniato anche dall'incremento dell'occupazione: i dipendenti sono ormai 15mila, di cui 11.500 riferibili a Camst, a fronte di un giro di affari di 560 milioni di euro. Il bilancio è stato approvato a Bologna, al termine di 9 assemblee territoriali in cui l'azienda ha incontrato i propri 7.948 soci cooperatori, a cui quest'anno ha deciso di riconoscere un ritorno di 1,65 milioni di euro.

Si tratta di risultati raggiunti grazie anche alla politica di espansione internazionale, con l'acquisizione di due società in Danimarca, **Tingstrom** e **Cheval Blanc**, e della spagnola **Arcasa**, che hanno portato a 125 milioni di euro il portafoglio estero, considerando anche la società **L&D** in Germania, entrata a far parte del Gruppo italiano nel 2003. Positiva anche l'incidenza del facility, che rappresenta il 10% del fatturato totale, con circa 60 milioni di euro ripartiti tra soft facility e servizi tech.

La ristorazione collettiva resta l'attività principale, con l'80% di fatturato (36% scolastica, 23% aziendale, 15% socio-sanitaria e 6% interaziendale). Significativo, infine, lo sviluppo della ristorazione commerciale che, dove spicca il brand **Dal 1945 Gustavo Italiano**



ANTONIO GIOVANETTI,
direttore generale

Cigierre punta sulla Francia

Cigierre alla conquista della Francia: prosegue nella terra di Marianna l'espansione del gruppo friulano controllato da la società di private equity **BC Partner**, con l'acquisizione del controllo di 9 locali a insegna **El Rancho**, catena di ristoranti specializzati in cucina tex-mex.

Le location, situate nel Nord del Paese e nella regione parigina, saranno gestite direttamente e verranno gradualmente rebrandizzate con il marchio **Old Wild West**, già presente a Le Mans, Lione e Tolone con tre polv su oltre 180 della sua sempre più estesa rete. Che, proprio Oltralpe, ha il suo mercato di sviluppo internazionale preferenziale: qui apriranno 30 nuovi locali del Gruppo italiano nei prossimi sei mesi.

Ad Euroristorazione le mense scolastiche di Como

Prosegue la razionalizzazione della refezione scolastica del **Comune di Como** attraverso la parziale esternalizzazione del servizio: vincendo la concorrenza di altri tre



competitor, **Euroristorazione** (gruppo con sede a Torri di Quartesolo, in provincia di Vicenza) risulta aver presentato la migliore offerta, con un ribasso complessivo dell'8,33% su un importo di 15.275.928 euro, in relazione all'appalto triennale assegnato dall'ente lariano e che interesserà, da settembre 2018 a luglio 2021, quattro istituti cittadini. Ora si procederà con le verifiche del caso prima dell'aggiudicazione definitiva.

Ladisa vince e raddoppia nelle caserme italiane

Continua la marcia di **Ladisa** nella ristorazione collettiva italiana, stavolta nel campo della militare: oltre ad aggiudicarsi per altri tre anni l'appalto relativo al servizio di ristorazione bandito dal **Ministero della Difesa** per i lotti che interessano Trentino, Friuli,

Veneto, Lombardia, Campania, Basilicata, Calabria e Puglia che già gestiva, l'azienda pugliese ha anche vinto per la prima volta i lotti del Lazio (Nord e Sud), che da soli rappresentano il 40% del totale, e quello che riguarda Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria. Risultato: il caterer raddoppia la propria presenza nelle caserme dei

diversi territori italiani risultando aggiudicatario, con un raggruppamento di imprese, di 6 dei 10 lotti della maxi gara bandita dal Ministero per la preparazione e la somministrazione dei pasti nelle caserme di Esercito, Marina e Aeronautica militare. In particolare, l'Ati di cui è capofila l'azienda dei fratelli Ladisa fornirà cibo e bevande in 219 comandi militari distribuiti in 12 regioni, per una media di 22 milioni di pasti annuali e un valore di commessa superiore ai 65 milioni di euro all'anno.

In questo modo, il player barese, che ha chiuso il 2017 con un fatturato di 120 milioni di euro, si consolida ulteriormente nel mercato, grazie anche a numerosi investimenti e ad alcune recenti acquisizioni di impianti produttivi e asset aziendali nel nord d'Italia.





TECHFOOD

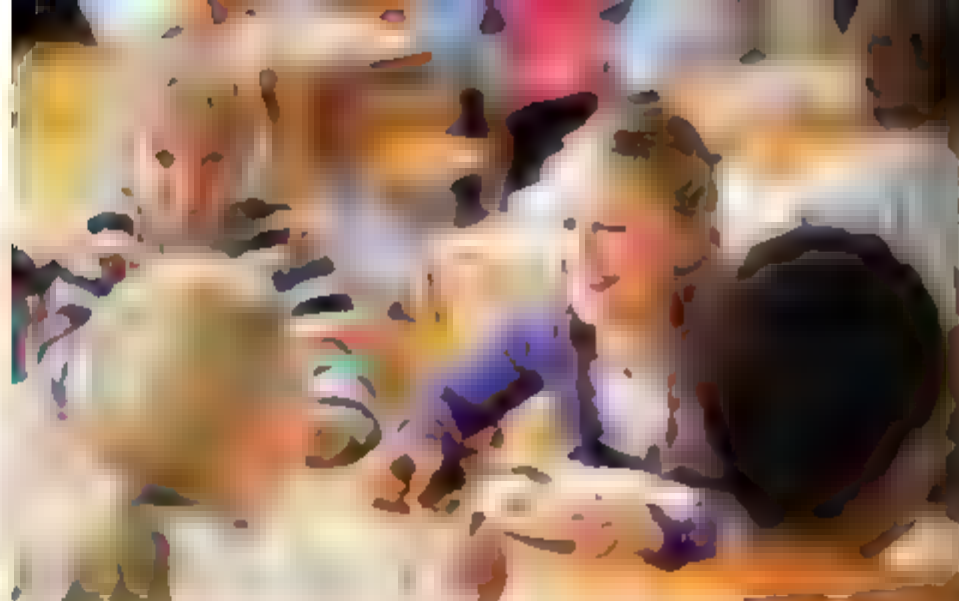


Dispensa Emilia passa di mano

Andrea Bonomi, attraverso il fondo *Investindustrial Growth*, ha rilevato il 70% di **Dispensa Emilia**, azienda modenese operante nel segmento della ristorazione fast casual, presente nel Nord Italia con dieci ristoranti che hanno generato un fatturato aggregato di circa 20 milioni di euro nel 2017.

Il fondatore della società, **Alfiero Fucelli**, da oltre 25 anni nel mondo della ristorazione (ha iniziato la sua carriera con **Cremonini** nella prima catena italiana di fast food **Burghy**), manterrà la carica di presidente e amministratore delegato.

Secondo il presidente della holding **Investindustrial Bonomi**, l'obiettivo dell'operazione è quello di supportare un'ulteriore crescita dell'insegna a livello nazionale con l'apertura di nuovi ristoranti nelle regioni di riferimento della società e, nel medio termine, favorire l'espansione internazionale di un brand con alto potenziale, in particolare nei paesi limitrofi all'Italia.



Commessa da 1,6 mln per Sodexo nel torinese

Sodexo Italia fornirà 800 pasti al giorno alle mense dei plessi scolastici di Strambino, ente membro dell'**Unione collinare Piccolo anfiteatro morenico canavesano**, in provincia di Torino. Si tratta di una commessa triennale (1° settembre – 31 agosto 2021) che vale oltre 1,6 milioni di euro, 530mila all'anno. L'azienda affidataria – che in Italia ha 10mila collaboratori e 8mila clienti ai quali serve 380mila pasti al giorno in 1.300 punti di servizio – ha presentato l'offerta ritenuta più vantaggiosa (tenendo conto del progetto generale del servizio che della parte economica) tra le nove pervenute alla commissione di gara: il pasto rincarerà dell'11% (pari a 44 centesimi) rispetto alla precedente gestione, arrivando a 4,39 euro.

IL PARTNER LOGISTICO NUMERO UNO NEL MONDO DEL SURGELATO

SVAT
GROUP



STOCCAGGIO



DISTRIBUZIONE



SERVIZI CROCIERISTICI
& AEROPORTUALI



TRASPORTI FTL



TRASPORTO CARNI



SOLUZIONI LOGISTICHE

WWW.SVATGROUP.COM

Ep vince l'appalto per le scuole di Viterbo

Ep Spa si è aggiudicata l'appalto relativo alla refezione scolastica per il periodo 2018-2021 nel **Comune di Viterbo**.

Si tratta di una commessa del valore di 1.080 000 euro all'anno, 3 240 000 per tutto il triennio, a fronte di una remunerazione di



4,72 euro oltre iva per ogni pasto che verrà servito nelle scuole comunali. Il servizio, che decorre da settembre, potrà essere prorogato tramite affidamento diretto, in caso di necessità, per ulteriori tre anni.

I ricavi del Gruppo CIRFOOD a quota 647,7 milioni

Prosegue la crescita di **CIRFOOD**, che nel 2017 ha registrato ricavi in progressione del 15,6%, pari a 647,7 milioni di euro, un utile di 10,4 milioni e un patrimonio netto di 151 milioni.

Sono questi i principali risultati del bilancio presentato all'Assemblea generale dei soci. Il Gruppo emiliano, che nel corso del 2017 ha servito oltre 100 milioni di pasti grazie al lavoro di 13 mila dipendenti (di cui 7 000 soci), ha consolidato il proprio posizionamento nella ristorazione collettiva, che rappresenta il 74,5% del g.ro d'affari; l'impresa inoltre ha dato un deciso impulso allo sviluppo della ristorazione commerciale (12,5% dei ricavi) e della divisione **BluBe**, dedicata a Welfare e Flexible Benefit (11,7% dei ricavi).

Nello stesso esercizio gli investimenti di CIRFOOD si sono attestati a 42,2 milioni di euro.

In particolare, per quanto riguarda il mercato della ristorazione commerciale, CIRFOOD, con 112 locali gestiti, 8 dei quali inaugurati nell'ultimo anno, punta a 100 milioni di euro, investendo sui nuovi format e sullo sviluppo dei marchi **RED** e **Antica Focacceria San**

Francesco in joint venture con il Gruppo **Feltrinelli**. Proprio in questo segmento è di pochi giorni fa l'opening del 5° locale a insegna **Chiccotosto** in Italia (120 mq e 40 posti a sedere) presso il centro commerciale *Grand'Emilia* di Modena. In Italia, il Gruppo CIRFOOD ha realizzato ricavi per 575 milioni di euro mentre all'estero, attualmente presente nei mercati di Belgio e Olanda, ha raggiunto un giro d'affari di oltre 72 milioni.



CHIARA NASI,
presidente e ad

robot coupe®



TACLAVERDURA CL40



LA PIÙ GRANDE VARIETÀ DI TAGLI



Dimostrazione gratuita:
mktg@robot-coupe.it

Video su www.robot-coupe.it



La notizia è servita...

Casa Maioli arriva in Veneto



MIRKO E ALESSANDRO MAIOLI,
titolari

Ha aperto i battenti all'interno del centro commerciale Conè di Conegliano (TV) il quarto punto di ristoro a marchio **Casa Maioli**

Dopo le opening in Lombardia e Romagna, le piadine dei fratelli **Mirko e Alessandro Maioli**, ultimi eredi di una tradizione che nasce nel 1952, sono dunque approdate in Veneto, in una location con 50 posti a sedere il cui design vuole riecheggiare il clima spensierato delle vacanze lungo la Riviera, la cornice perfetta per gustarne i sapori gastronomici più tradizionali

Il marchio, che mixa con sapienza farine tipiche romagnole e prodotti italiani di eccellenza, è sviluppato dal 2016 da **Percassi Food & Beverage**

Forniture food in Alto Adige: l'appalto unico è servito

L'**Agenzia appalti dell'Alto Adige** ha pubblicato il bando per la convenzione quadro relativa alla fornitura di prodotti alimentari agli enti pubblici altoatesini, per un importo massimo di 45,4 milioni di euro in quattro anni. Primariamente interessati sono tra l'altro ospedali, comuni e comprensori, che, invece di acquistare autonomamente le referenze per la ristorazione collettiva, potranno aderire alla futura convenzione stipulata dall'Agenzia, che bandisce la gara aggregando gli acquisti. Gli operatori economici in possesso dei requisiti potranno presentare l'offerta entro il 10 settembre 2018. Il vantaggio di una gestione centralizzata degli approvvigionamenti sta nello snellimento delle procedure, nella riduzione dei contenziosi e nel risparmio sui costi. La precedente convenzione quadro del 2013 aveva portato infatti a ribassi medi del 34% rispetto alla base d'asta stabilita. Nel 2016 l'omologo soggetto aggregatore dell'Emilia Romagna aveva svolto una gara simile, con un risparmio medio del 24%

Il doppio passo di KFC

Doppio passo in avanti di **Kentucky Fried Chicken** alla conquista del Belpaese: il brand del colonello Sanders famoso in tutto il mondo per il pollo fritto, ha inaugurato due location in pochi giorni. A Udine e nella Capitale hanno infatti aperto rispettivamente il 22° e il 23° anello della costola italiana del brand di proprietà di **Yum! Restaurants International**, precisamente presso i centri commerciali *Città Fiera* di Torrealto di Martignacco ed *Happio* di Roma. Nel primo caso sono 28 gli addetti al punto vendita, la cui gestione è affidata al franchising partner **US Food Network s.r.l.**, che conduce anche il ristorante di Torino. Ad aprire il terzo locale capitolino, invece, sviluppato su tre piani più una terrazza privata per i clienti, è l'imprenditore **Francesco Fuga**, che dà così lavoro a 50 persone



Grandi Stazioni Retail acquisisce Retail Group

Grandi Stazioni Retail ha ufficializzato l'acquisizione di **Retail Group**, società di rilievo nel settore travel retail dei flagship store, store monomarca e temporary store, presente nei principali scali italiani, dove svolge attività di promozione e commercializzazione di beni e servizi. L'operazione segna l'ingresso della società che detiene il diritto esclusivo per lo sfruttamento degli spazi commerciali e di pubblicità nelle 14 più grandi stazioni ferroviarie nel cuore delle 11 città più importanti della Penisola (Roma, Milano, Napoli, Torino, Firenze, Venezia, Bologna, Verona, Genova, Bari e Palermo) anche nel mondo del temporary. Il portfolio di GSR comprende attualmente oltre 780 negozi e servizi che coprono circa 220.000 metri quadrati in scali che vedono il passaggio di 750 milioni di viaggiatori ogni anno. Inoltre, gestisce più di 1.500 touchpoint pubblicitari di cui circa 800 schermi digitali





Risparmio d'olio fino al 50%



Qualità garantita

Tempi ridotti

In oltre 40.000 cucine

Esperto online
Per ulteriori informazioni chiama
direttamente il tuo esperto
al n. **348 2631388**



Certified



made
in
Germany



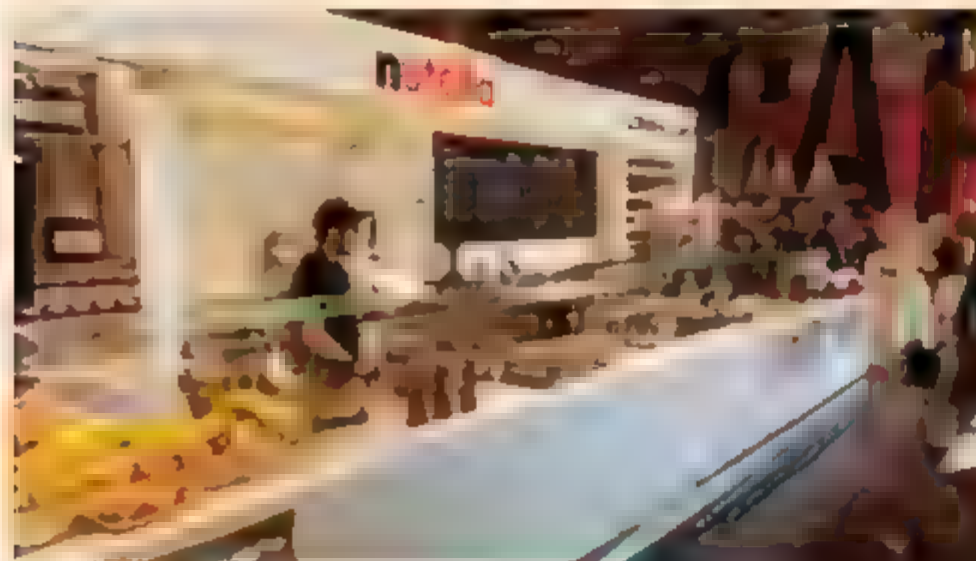
VITO
ITALIA

Via Gorizia, 14
31025 S. Lucia di Piave (TV)
Telefono: 0438 460235
Info@vito.ag www.vito.ag



Nutella Cafe sbarca a New York

Dopo Chicago nel 2017, New York: **Ferrero** aprirà entro l'anno il secondo **Nutella Café** degli Stati Uniti nei pressi di Union Square. A indurre il colosso dolciario italiano a fare il bis Oltreoceano, secondo quanto affermato da **Rick Fossali**, vicepresidente operativo del format, l'accoglienza già ricevuta nella capitale dell'Illinois, in un paese, gli Usa, dove sono decine di migliaia i fan del prodotto italiano dell'azienda di Alba famoso in tutto il mondo.



Per Inalca F&B nuova acquisizione in Polonia

Inalca Food & Beverage ha acquisito il 60% del capitale di **Mille Sapori Plus Sp. z.o.o.**, operatore leader nella distribuzione di prodotti alimentari italiani nel mercato del foodservice della Polonia. Situata a Varsavia, l'azienda (fatturato 2018 atteso di 20 milioni di euro grazie a 1.300 referenze alimentari di origine italiana distribuite con una flotta di automezzi propri ad oltre 1.000 ristoranti), è stata fondata otto anni fa dall'imprenditore **Luciano Pavone**, che resterà socio al 40% e manterrà la gestione operativa del business in veste di ceo.

Per Inalca, società controllata dal **Gruppo Cremonini** e partecipata al 28,4% da **IQ Made in Italy Investment Company** (detenuta al 50% da **CDP Equity**, Gruppo Cassa Depositi e Prestiti), è l'ultima di una serie di acquisizioni mirate alla creazione di una società leader nei mercati internazionali per la vendita e distribuzione di prodotti per la ristorazione tricolore nel mondo, dopo analoghe operazioni realizzate attraverso IF&B in Australia, Capo Verde, Thailandia, USA, Malesia, Messico, Isole Canarie e Hong Kong, che porteranno il fatturato a superare i 100 milioni di euro alla fine di quest'anno.

Cresce l'offerta f&b sulla Terrazza Termini

Raffica di aperture sulla Terrazza Termini. Con la conclusione dei lavori di restyling del grande spazio ammezzato di fronte ai binari creato per valorizzare al meglio gli spazi commerciali (la prima parte della food court era stata inaugurata nel 2016), cresce l'offerta ristorativa nel principale scalo ferroviario italiano. Hanno infatti alzato le saracinesche un po' **Sushi Daily** e tre locali della francese **Lagardère**. Brand di proprietà dell'azienda **KellyDeli**, per il format giapponese si tratta del primo punto vendita in Italia aperto tutti i giorni dalle 07 alle 23, sviluppato su 150 mq e dotato di 50 sedute, il locale offre ai viaggiatori 60 piatti tipici della cucina nipponica, tra cui spicca il Crunch Roll. A sua volta, la società transalpina ha tenuto a battesimo tre location: la birreria **Beercode**, la bakery **Rustichelli & Mangione**, e l'healthy bar **Natoo**.



Cigierre: doppio debutto a Roma e Treviso

Doppio debutto lo scorso 19 luglio per due insegne dell'ormai mastodontico portfolio di **Cigierre**.

La prima opening, a marchio **America Graffiti**, segna l'approdo del format anni 50 nato a Forlì e acquisito nel 2017 nella regione Lazio, e precisamente a Roma, dove il ristorante dà lavoro a 25 persone. La seconda location, a marchio **Pizzikotto** (brand del gruppo friulano dal 2017), ha aperta invece nel centro commerciale **SME** di Susegana (TV): è il primo locale nel Veneto della catena, e impiega 20 persone.

DAL 1954
Pizzoli
PROFESSIONAL

**Menù più ricchi e originali
con lo specialista italiano delle patate!**



NUOVE PATATINE EXTRA

- Grazie al loro speciale rivestimento garantiscono croccantezza e calore più a lungo
- Veloci da preparare e con un minor assorbimento d'olio

NUOVE PATATINE CON BUCCIA

- Sfiziose e facili da preparare sia in friggitrice che in forno
- Sempre sorprendenti grazie alla buccia che ne esalta il gusto e alle tre differenti tipologie di taglio

SAMMONTANA
GELATI ALL'ITALIANA

Nettare di Gelato



vellutato da bere

La qualità del gelato Sammontana
da oggi in versione cremosa.

Fresca, vellutata e cremosa, la nuova versione di Nettare di Gelato

in modo da rendere la tua offerta ancora più completa.

Sammontana Professional è la soluzione per chi vuole offrire

la qualità del gelato Sammontana Professional. Caffè Ecuador, Limone di Sicilia, Cacao e Yogurt

Per informazioni chiama il numero verde 800 230340
o visita il sito internet: www.sammontanaprofessional.it





La notizia è servita...

Duplice taglio nastro per McDonald's

Inaugurati due nuovi **McDonald's** a Torino e Concorezzo, provincia di Monza e Brianza

Il nono locale del colosso Usa nell'ex capitale sabauda si estende su 550 mq comprensivi di corner **McCafè**, dà lavoro a 40 persone e presenta gli ormai immancabili chioschi digitali self-service che permettono ai clienti di sedersi e aspettare che gli ordini vengano serviti al tavolo dal personale. Possibile anche personalizzare alcune ricette, modificando la quantità degli ingredienti o scegliendone di nuovi. La location brianzola, che impiega 45 persone, è sorta invece nell'ex area Frette, sulla strada Monza-Trezzo: si estende su 170 metri quadrati interni e oltre 100 esterni, per un totale di oltre 170 posti a sedere. Il ristorante presenta sia corner McCafè che servizio McDrive.



Caffè Pascucci fa il bis

Inaugurato a Milano il secondo locale di **Caffè Pascucci**. Il 604° pdv tra Europa e Sud America della catena marchigiana si sviluppa su due livelli per un totale di circa 300 metri quadri. Progettata come sempre dall'architetto **Marco Lucchi** e dal centro creativo della torrefazione di Montecerignone (PU), il cliente è accolto nella location, collocata in prossimità della Stazione Centrale, dal banco gastronomia, con prodotti per la classica colazione italiana, per quella americana e per un brunch o pranzo veloce.

A sua volta il Banco Moka, per la prima volta presente in un pdv lungo lo Stivale, presenta 7 fornelli elettrici sui quali porre altrettante moka da 3, che il cliente può consumare da solo o condividere. Un modo per favorire il recupero del piacere del rito del caffè fatto in casa anche... lontano dalle mura domestiche.

Il Pascucci Moka di piazza Duca d'Aosta è aperto dalle 7,00 alle 20,00, dispone di 88 posti a sedere suddivisi tra il piano terra e il sopralzo, oltre ai 22 del dehor esterno.



A Venezia Spontini sconfina dalla Lombardia

Debutto di **Spontini** al di fuori della Lombardia: nell'ambito di un programma di sviluppo che a livello nazionale prevede altre opening lungo lo Stivale nei prossimi mesi, ha aperto a Venezia la prima location italiana fuori dalla Regione dove la pizzeria è nata nel 1953.

Si tratta della 27ª location del brand milanese di **Massimo Innocenti**, che proprio dal mese di settembre comincerà l'espansione in Medio Oriente (almeno 34 i pdv che apriranno nei prossimi tre anni in collaborazione con il gruppo *Aishaya*), andando al contempo a implementare la rete giapponese dell'insegna, forte di tre location già aperte nel paese del Sol Levante con *JWD*. Il locale nella città lagunare, collocato in Strada Nova, a metà strada fra la Stazione e il Ponte di Rialto, misura 165 metri quadrati, con una sala di 55 metri quadri e 52 posti a sedere con servizio al tavolo.

Doppio Malto, l'11° locale a Vigevano

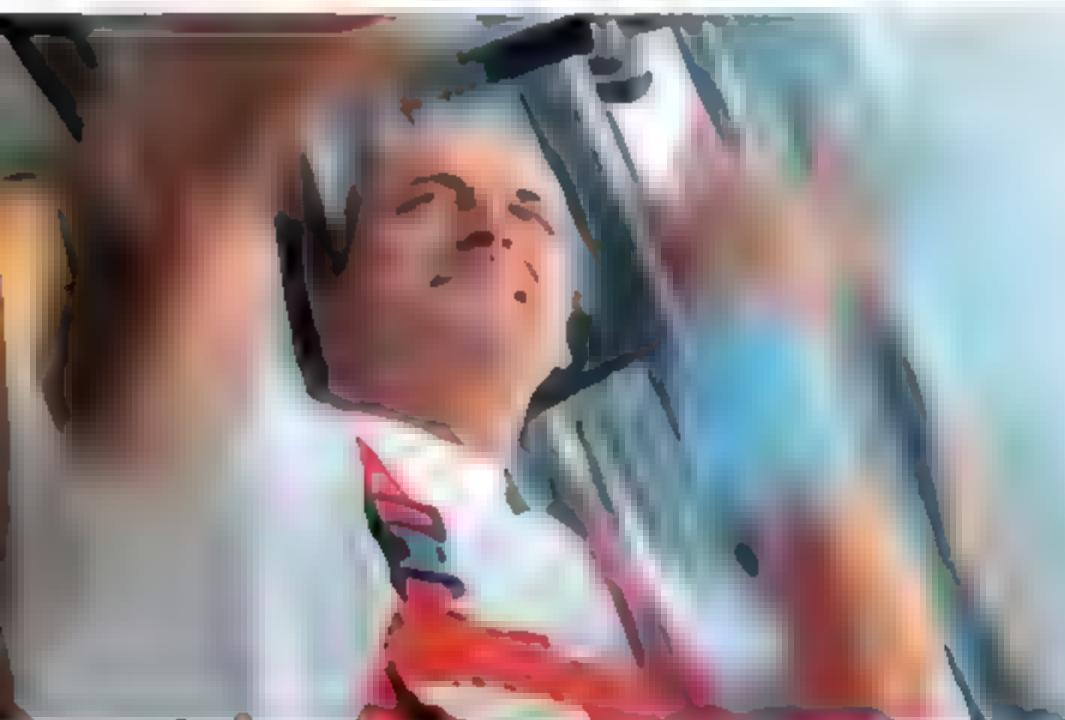
Arriva a Vigevano l'offerta a tutta birra di **Doppio Malto**. Su oltre 400 mq di superficie, l'11° brew restaurant di proprietà della fabbrica di birra artigianale di Erba (CO) è in grado di accogliere fino a 230 avventori, cui propone le 15 tipologie di birra che

produce, premiate con più di 100 riconoscimenti nazionali ed internazionali. Con lo stile tipico di una fabbrica brassicola dal mood industriale, Doppio Malto si propone come un ambiente di ritrovo di stampo americano per gruppi, famiglie e coppie.



Dussmann Service

Pulizia Sanificazione



Ristorazione



Facility Management



Certificazione EcoSystem

www.dussmann.it

Sanità Pubblica e Privata
Business & Industry
Pubblica Amministrazione
Forze Armate
Scuole e Università
Residenze per anziani



www.dussmann.it



Il tris di BK in Emilia

Tris estivo di **Burger King** nel giro di pochi giorni, con l'apertura di tre locali a gestione diretta a Carpi (MO), a Parma e a Reggio Emilia.

Il ristorante modenese dispone di 118 posti a sedere interni oltre ad altri 16 nel dehors, e di un parcheggio privato ad uso esclusivo della clientela. Il taglio nastro del fast food ha permesso di assumere 25 dipendenti, tra cui due manager e un direttore,



con un'età media di circa 26 anni. La stessa dei 29 neo assunti nel ristorante

parmense: collocato in via di Traversetolo, dispone di 136 posti a sedere distribuiti su una superficie 430 mq. A sua volta identica la superficie su cui si sviluppa il terzo locale inaugurato nel capoluogo reggiano in via dei Gonzaga, dove le sedute sono invece 144.

I numeri di Elior Group

Il fatturato globale del gigante francese **Elior Group**, tra i principali operatori mondiali nel settore della ristorazione e nei servizi di supporto, è salito del 3,4%, a 1,7 miliardi di euro, nel terzo trimestre di quest'anno (aprile-giugno). Nel periodo ottobre 2017-giugno 2018, il fatturato è cresciuto del 3,7%, a quota 5,05 miliardi. Incrementi più contenuti in patria, dove la variazione positiva è stata pari allo 0,6%, a 1,7 miliardi, nei nove mesi considerati, mentre nel terzo trimestre si è verificato un calo dell'1,7% nei segmenti Ristorazione e servizi a contratto. I ricavi della Ristorazione in concessione sono a loro volta diminuiti del 2,2% su base annua (465 milioni).

Autogrill testa le "bombe" di Romito

Bomba, concept dello chef **Niko Romito** già sperimentato a suo tempo in quel di Napoli come corner all'interno di un supermercato gourmet, è arrivato a Milano in piazza XXV Aprile, dove ha aperto, un po' in sordina, in collaborazione con **Autogrill**.

Dopo la chiusura della location partenopea, si tratta dunque di un nuovo debutto, cui proprio la partnership con il colosso della ristorazione per chi viaggia promette, nel caso l'esperimento avrà successo, uno sviluppo ulteriore.

A confermare la probabile replicazione del progetto la presenza di un laboratorio centralizzato che nel Nord Italia prepara le bombe ripiene, tra l'altro, di crema, mozzarella di bufala e scarola, per poi abatterle e spedirle ai punti vendita (per ora solo quello milanese) dove vengono rigenerate per essere servite. Privo di grassi animali, l'impasto unico (sia per le farciture dolci che per quelle salate) è fritto nell'olio di semi: le bombe sono perfette a colazione come dopocena, presentandosi come cibo da strada per eccellenza.



Del Frisco's compra Bartec

A fronte di un esborso pari a 325 milioni di euro, la catena americana di ristoranti e steakhouse **Del Frisco's** (362 milioni di dollari di fatturato nel 2017) ha completato l'acquisizione di **Bartec**.

Le insegne del gruppo di Norwalk, nel Connecticut, **Barcelona Wine Bar** (15 locali



che offrono tapas e una selezione di vini provenienti dalla Spagna e dal Sud America) e **bartaco** (17 pdv che combinano cibo di strada fresco e cocktail realizzati con liquori artigianali e succhi appena spremuti), saranno integrati nella catena texana, forte di 82 ristoranti in 24 stati, come **Del Frisco's Emerging Brands**.

Uno scenario ricco di incognite

Che quella del 2018 sarebbe stata, e non certo per colpa del meteo, una estate piuttosto agitata era una previsione facile da formulare e, in effetti, se ne era scritto anche su queste pagine. È stata invece una sorpresa dolorosa e drammatica accorgersi che si trattava di una previsione sbagliata per difetto. Il clima internazionale registra un evidente peggioramento.

In primo piano è "la guerra dei dazi" ormai concretamente in atto fra gli Stati Uniti di Donald Trump e la Cina con ricadute su aree più vaste, ma colpisce anche la debolezza dell'Unione Europea nella ricerca di una posizione che salvaguardi l'autonomia del Vecchio Continente e, insieme, la difesa di spazi per l'export cruciali per il suo sviluppo; vanno, infine, considerate con attenzione l'insorgere di crisi regionali – come quella turca – che alimentano ulteriori fattori di tensione politica e di incertezza negli scambi.

Si rafforza il trend positivo dell'economia statunitense ma avviene in una fase di conflitti politici di portata inconsueta per le consuetudini Usa.

Sta comunque di fatto che, nel secondo trimestre dell'anno, l'economia americana è cresciuta del 4,1 per cento (risultato migliore dal 2014) mentre per la zona euro l'aumento è ben più modesto (+2,1 per cento). Il rafforzamento del "biglietto verde" – che nei primi sei mesi dell'anno ha guadagnato oltre il 5% rispetto all'euro e quasi l'8% sullo yen giapponese – è di sicuro un aiuto prezioso per gli esportatori europei e asiatici ma, di converso, ha un ritmo che lo stesso presidente Trump ha considerato eccessivo; si può perciò ritenere che questa spinta sia anche alimentata da "bolle" speculative come quelle del 2008, le cui devastanti conseguenze tutti ricordano.

I dati dell'area euro confermano, d'altra parte, i segnali di rallentamento che erano stati registrati già dal giugno scorso.

In questo scenario, ricco soprattutto di incognite, l'Italia affronta l'autunno in una condizione di più acute difficoltà.

Le sfide di fronte alle quali il Paese si trova da tempo sono infatti sempre più pressanti, mentre un evento tragico come il crollo del ponte di Genova – una ferita improvvisa e grave non solo dal punto di vista economico, ma per i suoi diffusi e pesanti riflessi sulla società italiana – ha reso ancor più arduo un percorso che già di per sé si presentava tutto in salita.

Nel secondo trimestre dell'anno il rallentamento dell'economia italiana è risultato evidente. Secondo l'ultima nota mensile dell'Istat (pubblicata il 3 agosto) l'aumento congiunturale del Pil è stato pari al 0,2 per cento (un decimale in meno rispetto al già esiguo esito del primo trimestre). Ciò per effetto soprattutto della contrazione delle esportazioni verso i paesi Ue, questo andamento ha in grande misura annullato il beneficio derivante dalla variazione positiva del valore aggiunto conseguito tanto nel campo industriale quanto nell'area dei servizi.

L'insieme degli indicatori congiunturali concorre a delineare una fase che deve essere definita, quanto meno, di moderazione del ciclo economico, sempre tenendo conto dei dati forniti dall'Istat: stazionarietà nella produzione industriale; flessione, nel periodo marzo – maggio, degli ordinativi dell'industria, segnali di difficoltà, ad aprile e maggio, delle vendite verso l'estero.

Meno negativi, in complesso, appaiono i dati concernenti il mercato del lavoro, su cui, peraltro, probabilmente pesa l'effetto di trascinamento del 2017 quando l'andamento della crescita era più consistente. Non può perciò sorprendere che l'indicatore anticipatore delle prospettive di breve termine dell'economia del Paese continui a registrare – dopo i 12 mesi positivi registrati a partire dal gennaio 2017 – un andamento di costante flessione.

Come reagire a questa tendenza? Come si può invertire una deriva pericolosa per il futuro italiano? La risposta a questi interrogativi appare sostanzialmente obbligata.

Da un lato è indispensabile definire un quadro di impegni di finanza pubblica che siano compatibili con l'elevato livello di debito dello Stato; dall'altro lato compiere delle scelte di politica economica a impatto rapido sia in ambito sociale sia consolidando la struttura manifatturiera e di servizi del Paese. L'impatto – e qui sta il nodo più difficile – deve appunto essere rapido per due motivi: in primo luogo la coalizione che sostiene il Governo gode attualmente di un sostegno ampio, è una condizione vantaggiosa ma basata su aspettative molto forti. La delusione derivante da una distanza eccessiva fra il concreto operato dell'Esecutivo e le molte promesse della campagna elettorale (fra loro non facilmente conciliabili) non resterebbe senza conseguenze. Va poi considerato che la tragica vicenda del ponte Morandi, al di là degli aspetti specifici, ha contribuito a mettere bruscamente in luce che l'invecchiamento demografico del Paese va pericolosamente in coppia con la corrosione del sistema infrastrutturale.

È una condizione che non può essere più a lungo ignorata se non si vogliono compromettere crescita e modernizzazione dell'Italia. Ciò implica il netto rilancio degli investimenti, pubblici e privati: nell'ultimo decennio la loro contrazione, in Europa, è stata maggiore di quella del Pil ed è stata più accentuata in Italia rispetto alla media dell'area euro. Ma se per dare slancio allo sviluppo occorre fare leva sugli investimenti è altrettanto necessario che più investimenti avvengano in un contesto di certezza e sostenibilità dei conti pubblici. A questo fine vi sono due dati che non vanno sottovalutati: la quota di debito pubblico detenuta dall'estero e il legame fra situazione dei conti pubblici e solidità del sistema bancario italiano. Sotto entrambi questi profili vi è stato un peggioramento: tra maggio e giugno 72 miliardi di euro detenuti da operatori stranieri (dati Bce) sono stati venduti, restringendo la quota estera di Bot e Btp dal 33,4 al 30,8 % del totale. Al tempo stesso il rendimento dei titoli decennali è passato dall'1,8 a quasi il 3 per cento: chi accetta di tenerli in portafoglio (in primo luogo le banche) lo fa solo se vede maggiormente compensato il maggior rischio assunto; è un vantaggio nell'immediato che potrebbe però rivelarsi una trappola micidiale se si deteriorasse ulteriormente lo stato dei conti pubblici; un debito più alto è infatti anche più costoso e incide, negativamente, sul capitale delle banche.

Solo una manovra di bilancio per il 2019 basata su ipotesi realistiche e presentata sollecitamente all'Europa e alla finanza internazionale può evitare il peggio.

Il mercato non è un nume maligno ma, semplicemente, la somma dei risparmiatori italiani e degli operatori esteri: sfidarlo con scelte imprudenti o irritarlo con cifre poco credibili sarebbe un grave errore che ricadrebbe sull'intero Paese. La politica, osserva uno studioso autorevole come Mario Deaglio (La Stampa, 24 agosto), non deve essere al servizio dei gruppi di pressione, ma l'economia non è lo zerbino della politica.

Antonio Duva

SERVIZI DEDICATI ALLA RISTORAZIONE NEI CENTRI COMMERCIALI




FiveServices

INTERVENTI SU MISURA DEDICATI AL TUO LOCALE

Ci occupiamo della **commercializzazione, installazione e manutenzione** delle attrezzature dedicate alla **ristorazione nei centri commerciali**. Oltre a svolgere un servizio Taylor Made per la progettazione degli ambienti di cottura, garantiamo **tempestività** nelle richieste di intervento: abbiamo creato dei **codici di urgenza personalizzabili** in base alle esigenze, perchè la risoluzione immediata dei guasti è fondamentale.

PROGETTAZIONE • COMMERCIALIZZAZIONE •

• MANUTENZIONE • INFORMATION TECHNOLOGY



Via Giovanni Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
(+39) 02 9147 6767

www.fiveservices.com
info@fiveservices.com


FiveServices



Meno mensa **più ristorante**

Dall'ambientazione dei locali all'offerta gastronomica, dalla presentazione dei piatti al servizio: è facendo leva su questi aspetti che il settore B&I continua la sua marcia verso nuovi traguardi all'insegna della qualità

di A.A.

La ristorazione collettiva aziendale (o B&I se preferite...) rappresenta ancora circa il 38% del fatturato delle grandi SRC.

Quelle, per intenderci, con ricavi superiori a cento milioni di euro. Parliamo di un segmento che negli ultimi anni ha vissuto una sensibile erosione dei propri volumi ma che ha saputo reagire con una serie di investimenti capaci di dare dinamismo alle politiche di prezzo mantenendo stabili (o solo in leggera contrazione) il

giro d'affari. Un exploit frutto della nascita di nuovi format che strizzano l'occhio alla ristorazione commerciale ma anche di menu semplificati, di maggiore produttività e di una decisa crescita del numero di pasti a legame refrigerato e a gestione veicolata.

Ma le sfide non sono certo finite e il mercato del lavoro continua a mostrare modelli contrattuali e organizzativi delle mansioni che rompono con gli schemi del passato. Pensiamo ad esempio

allo smart working il cosiddetto lavoro agile, definizione contenuta nella Legge n. 81/2017, che pone l'accento su modalità di esecuzione del rapporto di lavoro subordinato caratterizzato da l'assenza di vincoli orari o spaziali e un'organizzazione per fasi, cicli e obiettivi, stabilita mediante un accordo tra dipendente e datore di lavoro. Insomma, è anche sulla scia degli sviluppi presenti e futuri che il Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali metterà

in atto, che le SRC muoveranno le proprie pedine, pedine che già oggi lasciano intravedere una strategia di difesa del proprio ambito di attività che poggia su un servizio nuovo, lontanissimo in molti casi dal concetto di mensa e che fa di flessibilità e qualità due punti saldi.

Di questi argomenti abbiamo parlato con alcuni b.g. del segmento che ci hanno illustrato meccanismi organizzativi e soluzioni in atto.



ANTONIO GIOVANETTI,
Direttore Generale
CAMST

PAROLA DI ANTONIO GIOVANETTI

I numeri di CAMST nell'aziendale:

Giro d'affari (2017): 164 mln €
Percentuale segmento B&I sul totale: 29%
Siti aziendali e interaziendali serviti: 635
Numero addetti (segmento aziendale): 1.640
Numero pasti anno erogati: 27 milioni

Sull'evoluzione del servizio...

Camst - La ristorazione italiana ha una lunga esperienza nella ristorazione aziendale, settore in cui continua ad investire per poter proporre sempre soluzioni nuove e in linea con le esigenze dei consumatori. Oggi è già in atto un cambiamento molto forte che, lasciandosi alle spalle il concetto di mensa aziendale, sta vedendo nascere sempre più ristoranti che costituiscono una vera e propria esperienza a tutto tondo per il lavoratore, che prende in prestito dalla ristorazione commerciale idee e spunti interessanti. Dall'ambientazione dei locali all'offerta gastronomica, dalla presentazione dei piatti al servizio: ognuno di questi aspetti concorre alla creazione di una esperienza costruita per soddisfare richieste più attente e consapevoli. In questa direzione va anche il progetto di riposizionamento di uno dei nostri format più importanti, il ristorante self-service Tavolamica: la ristorazione dedicata alla pausa pranzo degli italiani, presente nelle aree industriali ed artigianali delle città.

Cosa vuole la committenza...

La ristorazione aziendale di Camst, in linea con le tendenze del settore, si sta orientando verso un tipo di offerta sempre più attenta alle materie prime di qualità e che rispettano stagionalità e provenienza territoriale quando possibile. Con il progetto "La tavola BUONA" abbiamo proposto un nuovo modo di mangiare in maniera corretta dal punto di vista nutrizionale e senza dover rinunciare al piacere della buona cucina. Tante ricette originali ideate dagli chef Camst, in collaborazione con ALMA, la Scuola Internazionale di Cucina Italiana, preparate seguendo i principi della piramide alimentare della dieta mediterranea. La ricerca della qualità del pasto coesiste inoltre con una maggiore rapidità della sua fruizione: i tempi dedicati alla pausa pranzo sono sempre più ridotti, motivo per cui per alcune aziende abbiamo realizzato una piattaforma online che consente di prenotare i box lunch, consultare il menu del giorno e pianificare la consegna a domicilio o il ritiro presso il ristorante di nostra gestione più vicino.

Le sfide future...

Lo scenario in cui ci muoviamo in questo segmento risente della contrazione dei prezzi di vendita a fronte di richieste sempre maggiori sulla qualità e sulla scelta di materie prime biologiche e a km 0 che, di conseguenza, fanno lievitare l'incidenza dei costi diretti. Si tratta ovviamente di una situazione comune a tutto il settore. La nostra risposta è quella di investire anche in nuove tecnologie e sistemi produttivi in grado di abbattere i costi senza rinunciare alla qualità dei pasti. Innovazione e ricerca sono due parole d'ordine che guideranno le nostre strategie nel futuro.

Gli atout dell'offerta...

Uno dei nostri punti di forza è la capacità di offrire un servizio personalizzato in termini di gestione che può essere infatti sia all'interno delle aziende, con la realizzazione di ristoranti aziendali su misura e in linea con le richieste del cliente, sia esterna, attraverso la consegna dei pasti, anche tramite ordinazione online. Dal 2017 inoltre abbiamo integrato la nostra offerta con il servizio di facility management per offrire ai nostri clienti un servizio completo, oltre la ristorazione, che comprende anche la pulizia e la manutenzione.

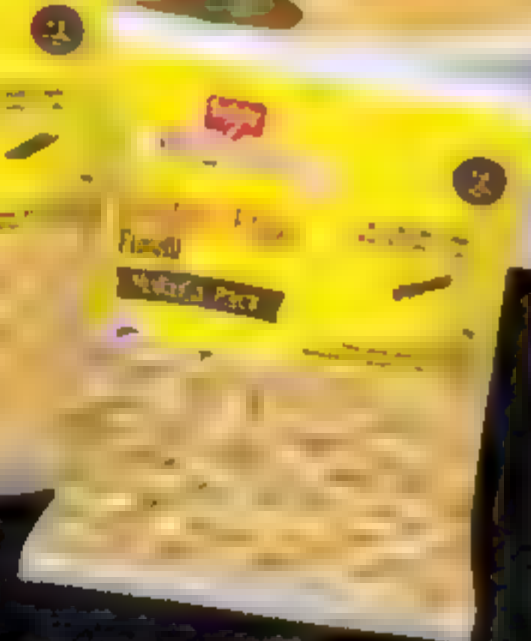
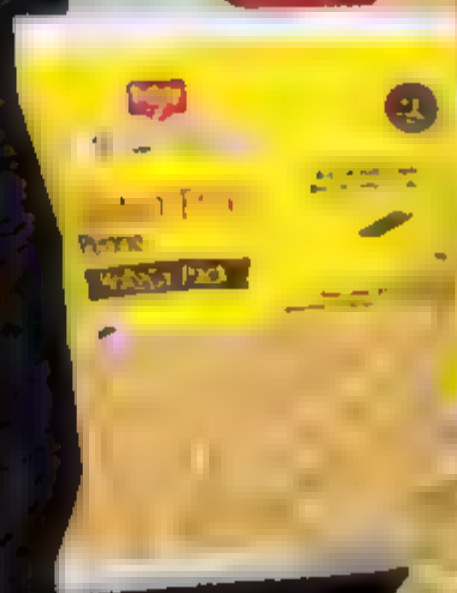


Nuove soluzioni senza glutine per la gastronomia professionale



Pane Bianco / White Bread

- due soffiati fatti del miglior pane
- in pratica inaspettata
- nessun rischio di contaminazione
- nessuno spreco di prodotto e massima freschezza
- garantisce praticità e semplicità d'utilizzo



Penne e Fusilli

- prodotto esclusivo per la gastronomia professionale
- in pratica confezione da 1 kg
- nuova ricetta
- ideale per la doppia cottura



Best in Gluten Free

DrSchär Foodservice

Tel. +39 0473 293595 foodservice.it@drschär.com www.drschär-foodservice.com



MARCELLO LEONARDI,
National Key Account
Director Ristorazione
Aziendale CIRFOOD

PAROLA DI MARCELLO LEONARDI

I numeri di CIRFOOD nell'aziendale:

Giro d'affari (2017): 114,7 mln €
Percentuale segmento B&I sul totale (2017): 17.7%
Numero pasti anno erogati/anno (2017): > 100 milioni



Sull'evoluzione del servizio...

La crescente e affermata consapevolezza dell'importanza di una sana e varia alimentazione, la conseguente adozione di nuovi stili di consumo alimentare, la maggiore propensione al consumo di verdura, frutta, legumi e derivati hanno prodotto in questi ultimi 5 anni un profondo cambiamento del momento del pranzo in azienda.

La mensa aziendale con concept fondati sulla concezione di una offerta prevalentemente quantitativa e classica è stata sostituita da ristoranti aziendali, che offrono maggiore varietà, maggiore qualità e personalizzazione di menù e ricettari, oltre a una sempre maggiore autonomia dei commensali nella scelta quotidiana della propria consumazione.

Cosa vuole la committenza...

Qualità, sostenibilità, biodiversità e freschezza degli alimenti sono i principi che guidano le scelte dei nuovi consumatori attenti ed informati. Sempre più il commensale desidera consumare alimenti sani e genuini, verdure, proteine, cereali ecc. da comporre liberamente per realizzare il proprio pasto unico completo ed equilibrato.

L'accoglienza, la funzionalità e il comfort complessivo della sala ristorante rappresentano un'altra crescente esigenza dei commensali.

Le sfide future...

Se si può senz'altro affermare che esiste un calo quantitativo della domanda si può altresì affermare che è invece crescente la



**SCEGLI,
PAGA E RITIRA**

E-CASH

LA CASSA CHECK-IN CHE OTTIMIZZA
LE RISORSE E RIDUCE LE CODE





QSAVE
SALVA IL VALORE

info@qsave.it

qsave.it ekey.com

CIRFOOD

domanda di qualità. Sono sempre più numerose le aziende che hanno inserito la ristorazione tra i pilastri del proprio welfare aziendale e in questa direzione sono disposte a valorizzare il momento del pranzo in azienda privilegiando operatori che propongono modelli di servizio di qualità e aderenti alle loro specifiche esigenze.

Lo sguardo di CIRFOOD si rivolge da anni a questa specifica domanda.

Gli atout dell'offerta...

Le key-words delle nostre proposte sono: qualità, flessibilità, sostenibilità, personalizzazione, innovazione tecnologica. Affronteremo la futura domanda di catering aziendale facendo leva sull'utilizzo di materie prime di qualità, una filiera controllata e sostenibile, la progettazione di menu equilibrati per diverse tipologie di fruitori, la personalizzazione del layout per massimizzare l'offerta gastronomica e la presentazione, l'utilizzo dei supporti tecnologici e digitali per fornire informazioni nutrizionali, consapevolezza dei consumi e dei fabbisogni e, infine, soluzioni per garantire modalità di pagamento sempre più veloci, flessibili e digitalizzate.



Tecnologia di lavaggio
stoviglie professionale



The clean solution



"Nella mia cucina,
prezzo e prestazioni sono
il valore aggiunto!"



Più pulito, più economico – solo MEIKO **UPster K**

Abbiamo costruito la nuova linea di lavastoviglie UPster per la nuova generazione. Per chi vuole emergere e ha tanta voglia di fare. La nuova generazione di lavastoviglie a trancio ad un prezzo economico in pronta consegna. Vuoi avere massima efficienza, risultati di lavaggio impeccabili, ergonomia, maggiore flessibilità di produzione oraria in base delle tue esigenze e il miglior clima nell'area di lavaggio senza bisogno di una cappa dedicata? Scegli UPster per un futuro brillante!

www.meiko.it



ROSARIO AMBROSINO,
Amministratore delegato
Gruppo Elio

PAROLA DI ROSARIO AMBROSINO

I numeri del Gruppo Elio nell'azienda:

Giro d'affari: (2017-2018): 302 mln €
Percentuale segmento B&I sul totale: 49%
Siti aziendali e interaziendali serviti: 790
Numero addetti: 3.300
Numero pasti erogati anno: 26 mln

Sull'evoluzione del servizio...

Da anni, il Gruppo Elio investe in ricerca e sviluppo per portare benessere attraverso l'alimentazione. Oggi crediamo che il futuro della ristorazione aziendale, il cui focus resta sempre "la corretta alimentazione in rapporto allo stile di vita" passi anche attraverso l'innovazione tecnologica al servizio di una migliore qualità di vita in azienda. Il servizio di ristorazione aziendale negli ultimi anni si è sviluppato soprattutto sul fronte della cottura dei cibi e sui prodotti di lavorazione.

Grazie alla nostra cucina "espressa", assicuriamo ai nostri clienti qualità e gusto nelle nostre preparazioni. Tutto questo viene spesso affiancato ad altre tecnologie, come la cottura a bassa temperatura o il sottovuoto, per garantire ancora di più il gusto e il mantenimento di tutte le proprietà nutrizionali degli alimenti. Queste nuove tecnologie ci permettono anche di poter offrire maggiore efficienza sui tempi e sull'organizzazione del lavoro.

L'ultima innovazione in casa Elio è FOOD360, il nuovo concept multi-soluzione disponibile 24h su 24. Studiata per rispondere in modo rapido e flessibile ai bisogni dei dipendenti delle aziende, attraverso l'app "JoyFood" si prenota il proprio piatto preferito, tra una selezione giornaliera, e si sceglie quando e dove si desidera consumare il menu. Il giorno della prenotazione si ritira il menu in completa autonomia presso lo spazio FOOD360, dove si trovano vetrine refrigerate intelligenti, in grado di preservare gusto e freschezza delle pietanze.

Cosa vuole la committenza...

Le aziende si sono trasformate e sempre di più, negli ultimi anni, chiedono ambienti per trascorrere le pause lavorative che siano di design, gradevoli e confortevoli, luoghi dove i dipendenti possano vivere una pausa piacevole, che li renda più contenti, efficienti e produttivi.

La richiesta poi è soprattutto sulla riduzione dei tempi di attesa per pranzare e più tecnologia per un servizio ad hoc. Implementiamo costantemente nuovi strumenti digitali per offrire un servizio che si "prenda cura" dell'utente, come per esempio semplificare i processi di pagamento, snellire le code e ridurre i momenti di traffico nel ristorante. Siamo anche molto preparati nel rispondere all'accresciuta attenzione per il cibo espressa dai consumatori che vogliono conoscere le preparazioni, le merceeologie e la composizione del proprio menu.

A livello di spazio, arredi e organizzazione dell'esperienza di consumo per soddisfare le esigenze delle aziende nostre clienti stiamo realizzando sempre di più delle vere e proprie food court del gusto,

dove accanto a isolette dedicate a piatti della tradizione, ci sono punti dove il cliente sceglie come comporre il proprio menu secondo gli ingredienti che preferisce e l'apporto di nutrienti più adeguato alla sua attività.

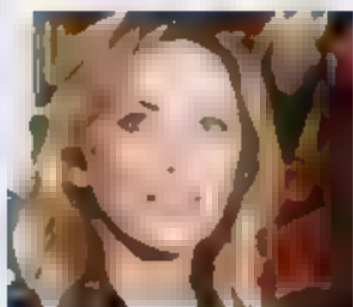
Le sfide future...

Rispondiamo a tutte le insidie che il mercato ci mette davanti con la nostra flessibilità e la grande capacità di ascoltare le esigenze dei nostri clienti. Ci sono aziende sempre più predisposte a investire sulla qualità del cibo, ma anche tante che vogliono investire sugli spazi. Noi ci presentiamo come partner qualificati sia per coloro che utilizzano la ristorazione come vero e proprio strumento di engagement verso i propri dipendenti e come azione di employer branding per attirare nuovi talenti, sia per chi vuole accedere a un servizio più tradizionale e più semplice ma altrettanto curato, grazie ai nostri standard di qualità e all'impiego di tecniche e tecnologia organizzative avanzate.

I punti forti dell'offerta...

Desideriamo portare la ristorazione collettiva ad un livello superiore, che combini il design degli ambienti e la customer experience tipici della ristorazione commerciale, a cui tutti noi siamo abituati quando usciamo per cena durante la settimana o nel weekend, con la competenza per la buona e sana alimentazione dei nostri chef ed esperti nutrizionisti. Insomma un'offerta "bella e buona", che renda ogni pausa un momento da assaporare, per stare bene. Inoltre, vogliamo continuare ad innovarci, mettendo sempre la tecnologia al servizio dei nostri clienti e del consumatore finale. Tutto questo perché i consumatori sono diventati più consapevoli: vogliono sapere quante calorie contengono i piatti, quali sono gli ingredienti e la loro provenienza e altri indicatori di "benessere". Noi a tutto questo rispondiamo con la nostra app "JoyFood". Scegliere, semplificare, velocizzare, connettere... L'app di Elio consente di consultare il menu del giorno, gli ingredienti dei piatti e le calorie per creare in modo bilanciato il proprio menu. È possibile prenotare e acquistare i piatti con il borsellino elettronico, tenersi informati con le news sulla sana alimentazione, votare i piatti preferiti ed esprimere il grado di soddisfazione sul servizio nella sezione customer satisfaction. Inoltre è possibile visualizzare i tempi di attesa, ricaricare la carta di pagamento, leggere le ricette e verificare allergeni e apporti nutrizionali.





VALENTINA PELLEGRINI,
Vice presidente
Pellegrini SpA

PAROLA DI VALENTINA PELLEGRINI

I numeri del Gruppo Pellegrini nell'aziendale:

Giro d'affari (2017): 115 mln €
Percentuale segmento B&I sul totale: 52,43%
Siti aziendali e interaziendali serviti: 311
Numero addetti: 3.232
Remunerazione media per pasto: 5,90 €
Numero pasti erogati anno: 19,5 mln

Sull'evoluzione del servizio...

Sicuramente il servizio viene meglio focalizzato sull'utente, le sue esigenze e le sue necessità e su queste basi viene predisposta una soluzione su misura che prende anche spunto da la ristorazione commerciale. Inoltre l'ambiente e la sua distribuzione conta sempre di più, e oggi è guidato anche dalle nuove esigenze delle imprese. Mi riferisco ad esempio al fenomeno crescente dello smart working e a tal proposito mi fa piacere citare la soluzione, particolarmente innovativa, sviluppata con Maire Tecnimont, azienda lungimirante

Cosa vuole la committenza...

La committenza privata richiede servizi molto "targettizzati". La nostra offerta è sicuramente pronta a rispondere alle più svariate esigenze. Ormai la cucina salutare o come la chiamiamo in Pellegrini "Wellness" è una proposizione collaudata e molto apprezzata da la nostra clientela che vuole essere garantita, ma anche informata e formata su tutti gli aspetti che caratterizzano la cultura alimentare. Il nostro personale viene costantemente formato per poter rispondere alle richieste, anche a quelle più particolari. Molta attenzione viene riservata alla qualità delle materie

prime e tale aspetto da ragione alle nostre scelte strategiche quando, quarant'anni fa, è stata costituita la piattaforma Central Food che, oltre ad aver al suo interno un'industria di trasformazione delle carni fresche, agisce come centrale d'acquisto, piattaforma logistica e controllo qualità. Centrale anche l'attività di Ricerca, Sviluppo e Formazione svolta dalla nostra Accademia

Le sfide future...

La Pellegrini è in continua crescita. E se è vero che le aziende sono molto attente ai costi è altrettanto vero che sono disponibili a riconoscere il giusto prezzo per il servizio da loro richiesto. La vera insidia del mercato è la velocità con cui evolvono le richieste e quindi le aziende devono essere in grado di dare delle pronte ed esaurienti risposte.

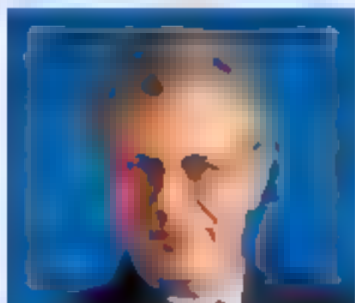
Gli atout dell'offerta...

Sicuramente i nostri punti forti sono la qualità delle materie prime e la professionalità dei nostri chef e del nostro staff, che formiamo costantemente rispetto alla tipologia di servi-



zio che sono chiamati a svolgere. Non abbiamo un concept unico. Ogni azienda ha delle proprie esigenze da soddisfare e i nostri tecnici sono preparati per analizzarle e trovare la soluzione più appropriata.

Queste nostre caratteristiche, di estrema flessibilità e reattività, derivano da la cultura imprenditoriale che caratterizza l'operato della Pellegrini.



PAROLA DI EDOARDO VENTURINI

I numeri di Sodexo nell'aziendale:

Giro d'affari (2017): >160 mln €
Percentuale segmento B&I sul totale: 38% (circa)
Numero addetti: > 3.200

EDOARDO VENTURINI,
Direttore Relazioni
Esterne e Comunicazione
Servizi On-Site
Sodexo Italia

Sull'evoluzione del servizio...

Il servizio di ristorazione nel segmento aziende si è trasformato negli anni, ed oggi i trend riflettono quelli della ristorazione commerciale, anche se la ristorazione in appalto evolve più lentamente, a causa della rigidità del modello di pricing: infatti di norma è ancora il committente che paga un pasto completo alla società di ristorazione, e poi trattiene una quota definita dai contratti di lavoro, spesso minima, al dipendente.

Non siamo ancora arrivati, se non in rari casi, al pagamento diretto da parte del consumatore, cosa che consentirebbe un'evoluzione del servizio certo più significativa e veloce. La composizione del pasto tradizionale con primo, secondo e contorno continua ad essere diffusa, ma crescono le offerte di portate uniche, più valorizzanti e meno caloriche. Si vedono anche offerte di ristorazione e di consumo alternative, con corner tematici e non più grandi ristoranti con la classica linea self. Gli spazi di consumo si diversificano, permettendo diverse attività nello stesso luogo (ibridazione peraltro sempre più frequente nella ristorazione commerciale), diventando quindi spazi dedicati anche ad altre attività quando non utilizzati per il pranzo, quali sale meeting o aree relax.

Cosa vuole la committenza...

L'offerta alimentare ha sempre più una decisa connotazione sana e salutistica. Si evidenzia anche una forte attenzione alla provenienza delle derrate e alla tracciabilità, quindi alla produzione locale, magari biologica o con altre caratteristiche di sostenibilità. Sempre più evidente l'importanza della qualità e varietà dell'ambiente di consumo con l'introduzione di corner di varie tipologie. Da citare inoltre l'irruzione del digitale - App, chatbots, digital signage, prenotazione, segnalazione code, instant surveys, ecc. - facilitazioni che rendono più semplice e completa l'esperienza vissuta dal consumatore. Un ulteriore bisogno sempre più attuale è l'orario di accessibilità allargato durante la giornata. In conseguenza di tutto questo, anche la progettazione del ristorante, il suo design in funzione degli obiettivi di ogni cliente, diventa un elemento di grande importanza. Occorre poi considerare il mix delle generazioni delle persone sul luogo di lavoro, generazioni che hanno esigenze tra loro sempre più diverse, che devono trovare tutte una risposta nell'offerta di servizio.

Le sfide future...

Ci sono spazi di valorizzazione di questo settore. Occorre partire dalla comprensione delle sfide

dei clienti. Ad esempio, rispondendo ai loro crescenti bisogni di spazio flessibile con nuove versioni di ristorante aziendale, che possano diventare anche un'area usufruibile per incontri informali, costituire zone di lavoro diversificate, ecc. Una valorizzazione quindi dello spazio al di fuori degli orari del pranzo.

Per citare un'altra evoluzione, con la diffusione dello smart working ci saranno i consumatori da servire a casa. Da non dimenticare le nuove tecniche di cucina, dalla cottura al rinvenimento dei piatti. Inoltre, come avviene da tempo in molti altri Paesi, si potrà arrivare ad una partecipazione più diretta al pagamento del pasto da parte del consumatore. Bisogna dimostrare il vero valore che questo servizio porta alle aziende, affinché non sia considerato, come troppo spesso lo è oggi, una pura commodity.

Gli atout dell'offerta...


L'atout principale dell'offerta Sodexo è di essere "Cliente & Consumatore Centrica", il che significa capire l'evoluzione dei trend - pubblichiamo uno studio ogni anno su questo - , essere capaci di analizzare i dati di consumo, conoscere i differenti utenti e il loro atteggiamento nei confronti del servizio - insight ottenuti grazie anche a strumenti di indagine proprietari, quali Personix™.

Questo per concepire ed erogare servizi adattati alle tante diversità di clienti e di consumatori.

Quindi, diversificazione dei servizi e delle tipologie di erogazione (ristorante - bar - corner Grab & Go - servizio alla scrivania - delivery @ home...). Valorizzazione, con offerte specifiche, dei diversi momenti della giornata, dalla colazione la mattina all'aperitivo serale.

La vera forza sono poi i nostri collaboratori, che, grazie alla condivisione della cultura dell'azienda e dei suoi valori, portano concretamente, ogni giorno, valore a clienti e consumatori.





La gamma di vasche Bagnomaria
normalizzate comprende
i modelli 1/1 - 2/1 - 3/1 - 4/1
4/3 - 8/3 in diverse profondità
per la costruzione di:

Banchi self service

Carrelli termici

Lavelli di ammollo e pre-lavaggio

Tutte le vasche sono
monolitiche, senza saldature in
materiale AISI 304 - 1.4301
spessore 10/10 idoneo per il
contatto con gli alimenti

Sono dotate di impronte per il
posizionamento dei separatori e
possono essere completate con
fori di scarico opzionali per pilette
da 1/2 - 3/4 - 1 - 2 - 3 inch

VASCHE BAGNOMARIA



Prezzi **a confronto**

La mancanza di tariffe di riferimento per le derrate genera spesso anomalie nelle offerte e stime dei costi imprecise da parte delle stazioni appaltanti. Facciamo il punto

C. Giannone M. Corno

"Buonasera sono il sindaco del comune di .. posso chiedervi un'informazione? Secondo voi, con un prezzo di 3,80 euro per pasto è possibile che la qualità del servizio di ristorazione sia garantita dalla società che si è aggiudicata l'appalto?". Altra telefonata: "Buongiorno, sono l'avvocato... e sto difendendo un cliente in un ricorso al TAR. Secondo voi, può un'azienda erogare un pasto con derrate totalmente biologiche ad un costo di 80 centesimi di euro?" Ancora al telefono: "Sono il segretario comunale del comune di... Abbiamo un contenzioso con una società di ristorazione che è risultata aggiudicataria provvisoria dell'appalto di ristorazione del nostro comune. Ma dal momento che l'offerta è risultata anomala, abbiamo chiesto, come vuole la norma, di giustificare i costi dell'offerta. La società ha dichiarato un costo di un euro a pasto, a fronte di

un'offerta di prodotti biologici nettamente superiore a quella previsti dai CAM. La società seconda classificata si è così rivolta al TAR, il quale ha emesso una sentenza in base alla quale viene richiesto al R.U.P. di valutare se la tariffa di un euro a pasto sia congrua. Noi non siamo in grado di fare questa valutazione: potete darci una consulenza?..."

Il contenuto di queste telefonate, che personalmente ricevo piuttosto frequentemente, fotografa quello che succede oggi nel settore della ristorazione collettiva: il numero dei contenziosi è aumentato notevolmente rispetto al passato, e l'argomento che maggiormente è oggetto di controversie è il costo delle derrate alimentari che le aziende dichiarano o in fase d'offerta o quando devono giustificare anomalie. Gli addetti ai lavori sanno bene che il costo delle derrate insieme a quello del per-



A mangiar bene si impara da piccoli

Ogni anno Markas prepara più di 5 milioni di pasti per oltre 40 000 bambini

Ingredienti selezionati e attenzione nella preparazione sono la garanzia di piatti sani e nutrienti. Markas sceglie prodotti freschi e regionali, e realizza menù semplici ed equilibrati, studiati dai dietisti per piacere ai più piccoli.

Markas sr • Via Mace 73 • T +39 0471 307 611 • info@markas.it
39100 Bozano • F +39 0471 307 699 • www.markas.it



IL MIGLIOR
SISTEMA DI
RACCOMANDA
AL MONDO



SMART
POLIBOX
EASY PLUS

POLIBOX



IL MIGLIOR
SISTEMA DI
RACCOMANDA
AL MONDO



ASDS
simplify your work



S.D.S. srl
Via Campo dei Fiori, 13 • 20010 Vittuone (MI) ITALY
Tel. (+39) 02 37074200 • Fax (+39) 02 37074208
www.grupposds.it



www.asds.it



sona e rappresenta l'80% circa degli oneri economici che gravano sulla produzione di un pasto: il costo unitario delle derrate è strettamente legato alla qualità delle medesime e alla loro frequenza nei menu. Il costo del lavoro varia in relazione al numero dei pasti prodotti, quindi a fini di stima non è corretto parlare d'incidenza percentuale del costo del lavoro, e delle derrate, sul costo totale, ma è corretto stimarli in valori assoluti.

Per stimare il costo del personale si usano le tabelle ministeriali che indicano le tariffe orarie per livello e mansione degli operatori, mentre per le derrate non ci sono prezzi di riferimento ufficiali e questa lacuna è alla base sia degli errori nella stima del valore dell'appalto da parte delle stazioni appaltanti, sia nel caso le stesse debbano fare i conti con sempre più frequenti contenziosi o con le ritorsioni anomale dei prezzi. Tutto questo si traduce in costi per gli avvocati, disagio nel servizio e allungamento dei tempi di affidamento. Di fronte a queste problematiche abbiamo pensato di dare un contributo utile a tutti gli operatori della ristorazione. In carenza di prezzi ufficiali di riferimento relative alle derrate alimentari, abbiamo preso il menu estivo e il menu

invernale destinato a bambini delle scuole primarie di un comune che eroga tre pasti al giorno. È un menu in linea con le linee guida nazionali della ristorazione scolastica, da quale abbiamo preso le grammature delle singole ricette e abbiamo stimato il valore dei singoli ingredienti, sia convenzionali sia biologici, per poi confrontarli (formaggi e salumi DOP). Il risultato di tale raffronto lo trovate nelle tabelle che seguono. Per questione di spazio non abbiamo potuto pubblicare il costo dei singoli ingredienti secondo le percentuali previste dai CAM ma con i dati riportati nelle tabelle possono essere stimati con calcoli molto semplici. Comunque, mediamente, il valore delle derrate biologiche, considerando le percentuali previste dai CAM, è del 30% più alto rispetto a quello delle derrate convenzionali, vale a dire un euro e trenta centesimi. Inoltre, i costi finali di tutte le tabelle vanno incrementati del 3,4% per gli sfridi di lavorazione e per il costo degli aromi e del sale. Vi auguriamo una buona lettura dei valori riportati nelle pagine che seguono e speriamo che questo lavoro possa essere utile ad appaltanti e appaltatori.

Menu: costo delle derrate bio vs convenzionale

	MENU BIO	MENU NO BIO	DIFFERENZA %
Costo 1ª settimana	€ 7,39	€ 5,43	26,5%
Costo 2ª settimana	€ 7,34	€ 5,28	28,1%
Costo 3ª settimana	€ 6,81	€ 4,88	28,2%
Costo 4ª settimana	€ 8,30	€ 5,95	28,3%
Costo 5ª settimana	€ 7,37	€ 5,20	29,4%
Totale	€ 37,20	€ 26,74	28,1%
Costo medio	€ 1,49	€ 1,07	€ 0,42

- Il prezzo della frutta BIO è stato ricavato dalla media dei prezzi di 5 tipologie di frutta di stagione
 - Le grammature delle verdure sono state incrementate del 30% in considerazione degli scarti
- Nota: il costo medio delle derrate secondo le indicazioni dei CAM è di € 1,30

Freebeverage®
LIBERI DI BERE

scegli il benessere e aiuta l'ambiente!

PLANT WATER **NEW!**

wellness natural drink

VEGAN MIX **NEW!**

a base di infusi di frutta e spezie

SALUTÈ **NEW!**

a base di tè, fiori, erbe e con aloe vera

SLOW BEVERAGE

con ingredienti dalle regioni d'Italia

BEVI SANO

bevande naturali con aloe vera e stevia

BEVI EQUO

con ingredienti equosolidali Fairtrade®

BEVI LIGHT

a basso contenuto calorico senza aspartame

TUTTOFRUTTA

solo a base di frutta

meno rifiuti

più varietà

più qualità

MENU INVERNALE BIO 1^a settimana
VENERDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta e cavolfiore	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Cavolfiori BIO	40	€ 1,25	€ 0,05
	Pomodori pelati BIO	40	€ 0,95	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Prosciutto cotto	Prosciutto cotto BIO	60	€ 11,29	€ 0,68
Carote Julienne	Carote BIO	110	€ 1,37	€ 0,15
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,50

MARTEDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Riso patate e prezzemolo	Riso BIO	35	€ 1,76	€ 0,06
	Patate BIO	40	€ 1,05	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Salmone al forno	Salmone surgelato	90	€ 6,70	€ 0,60
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Insalata mista	Lattuga BIO	25	€ 1,88	€ 0,05
	Carote BIO	30	€ 1,37	€ 0,04
	Finocchi BIO	40	€ 1,36	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,39

MERCOLEDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Lasagne alla bolognese	Pasta all'uovo BIO	60	€ 1,68	€ 0,10
	Pomodori pelati BIO	40	€ 0,95	€ 0,04
	Mozzarella BIO	10	€ 6,94	€ 0,07
	Fesa di bovino BIO	65	€ 9,22	€ 0,60
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Tris di verdure all'olio	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
	Zucchine BIO	40	€ 1,85	€ 0,07
	Carote BIO	40	€ 1,37	€ 0,05
	Fagiolini surg. BIO	35	€ 1,59	€ 0,06
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Budino	Budino	110	€ 3,20	€ 0,35
				€ 1,59

VENERDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta allo zafferano	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Zafferano	0,005	€ 3.600,00	€ 0,02
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Straccetti di tacchino ai forno	Fesa tacchino BIO	100	€ 59,11	€ 0,91
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Cavolfiori brasati	Cavolfiore BIO	90	€ 1,25	€ 0,11
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,66

VENERDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Minestra di ceci con pasta	Pastina BIO	35	€ 1,74	€ 0,06
	Ceci BIO	60	€ 1,58	€ 0,09
	Patate BIO	40	€ 1,05	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Crocchette di pesce e verdure	Nasello surgelato	40	€ 3,90	€ 0,16
	Patate BIO	25	€ 1,05	€ 0,03
	Carote BIO	25	€ 1,37	€ 0,03
	Zucchine BIO	25	€ 1,85	€ 0,05
	Uovo pastorizzato BIO	15	€ 3,27	€ 0,05
Insalata verde	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Lattuga BIO	100	€ 1,88	€ 0,19
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,24

COSTO 1^a SETTIMANA € 7,39
MENU INVERNALE NO BIO 1^a settimana
VENERDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta e cavolfiore	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Cavolfiori	40	€ 0,87	€ 0,03
	Pomodori pelati	40	€ 0,58	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Prosciutto cotto	Prosciutto cotto	60	€ 9,07	€ 0,54
Carote Julienne	Carote	110	€ 0,81	€ 0,09
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,09

MARTEDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Riso patate e prezzemolo	Riso	35	€ 1,10	€ 0,04
	Patate	40	€ 0,75	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Salmone al forno	Salmone surgelato	90	€ 6,70	€ 0,60
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Insalata mista	Lattuga	25	€ 1,21	€ 0,03
	Carote	30	€ 0,81	€ 0,02
	Finocchi	40	€ 1,20	€ 0,05
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,13

MERCOLEDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Lasagne alla bolognese	Pasta all'uovo	60	€ 1,51	€ 0,09
	Pomodori pelati	40	€ 0,58	€ 0,02
	Mozzarella	10	€ 4,80	€ 0,05
	Fesa di bovino	65	€ 6,51	€ 0,42
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Tris di verdure all'olio	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
	Zucchine	40	€ 1,20	€ 0,05
	Carote	40	€ 1,81	€ 0,03
	Fagiolini surg.	35	€ 1,13	€ 0,04
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Budino	Budino	110	€ 3,20	€ 0,35
				€ 1,23

VENERDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta allo zafferano	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Zafferano	0,005	€ 3.600,00	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Straccetti di tacchino al forno	Fesa tacchino	100	€ 5,80	€ 0,58
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Cavolfiori brasati	Cavolfiore	90	€ 0,87	€ 0,08
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,10

VENERDI

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Minestra di ceci con pasta	Pastina	35	€ 1,10	€ 0,04
	Ceci	60	€ 1,42	€ 0,09
	Patate	40	€ 0,75	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Crocchette di pesce e verdure	Nasello surgelato	40	€ 3,90	€ 0,16
	Patate	25	€ 0,75	€ 0,02
	Carote	25	€ 0,81	€ 0,02
	Zucchine	25	€ 1,20	€ 0,03
	Uovo pastorizzato	15	€ 2,14	€ 0,03
Insalata verde	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Lattuga	100	€ 1,21	€ 0,12
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,89

COSTO 1^a SETTIMANA € 5,43

MENU INVERNALE BIO 2ª settimana

LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Polenta e bocconcini di tacchino con verdure	Farina gialla BIO	60	€ 1,34	€ 0,08
	Fesa di tacchino BIO	90	€ 9,11	€ 0,82
	Patate BIO	25	€ 1,05	€ 0,03
	Carote BIO	25	€ 1,37	€ 0,03
	Zucchine BIO	25	€ 1,85	€ 0,05
Fagiolini all'olio	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Fagiolini surgelati BIO	120	€ 1,59	€ 0,19
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Gelato	Gelato	45	€ 4,40	€ 0,20
				€ 1,56

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta al pomodoro	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Pomodori pelati BIO	40	€ 0,95	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Filetto di merluzzo al forno	Merluzzo surgelato	100	€ 4,20	€ 0,42
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Cavolfiori brasati	Cavolfiori BIO	90	€ 1,25	€ 0,11
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,19

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pastina di brodo vegetale	Pastina BIO	40	€ 1,74	€ 0,07
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Cotoletta di lonza	Lonza BIO	80	€ 7,58	€ 0,61
	Pane grattugiato	10	€ 1,50	€ 0,02
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Insalata mista	Lattuga BIO	25	€ 1,88	€ 0,05
	Carote BIO	30	€ 1,37	€ 0,04
	Finocchi BIO	40	€ 1,36	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,38

GIOVEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta olio e parmigiano	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Parmigiano reggiano BIO	7	€ 14,80	€ 0,10
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Uova strapazzate	Uovo pastorizzato BIO	70	€ 3,27	€ 0,23
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Zucchine e carote	Zucchine BIO	50	€ 1,85	€ 0,09
	Carote BIO	50	€ 1,37	€ 0,07
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,04

VENERDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Tortellini agli aromi	Tortellini BIO	90	€ 11,60	€ 1,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Crocchette di patate e mozzarella	Patate BIO	130	€ 1,05	€ 0,14
	Mozzarella BIO	30	€ 6,94	€ 0,21
	Uovo pastorizzato BIO	12	€ 3,27	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Piselli saltati	Piselli surg. BIO	120	€ 1,65	€ 0,20
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Uovo pastorizzato BIO	15	€ 3,27	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 2,16

COSTO 1ª SETTIMANA € 7,31

MENU INVERNALE NO BIO 2ª settimana

LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Polenta e bocconcini di tacchino con verdure	Farina gialla	60	€ 0,99	€ 0,06
	Fesa di tacchino	90	€ 5,80	€ 0,52
	Patate	25	€ 0,75	€ 0,02
	Carote	25	€ 0,81	€ 0,02
	Zucchine	25	€ 1,20	€ 0,03
Fagiolini all'olio	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Fagiolini surgelati	120	€ 1,13	€ 0,14
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Gelato	Gelato	45	€ 4,40	€ 0,20
				€ 1,10

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta al pomodoro	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Pomodori pelati	40	€ 0,58	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Filetto di merluzzo al forno	Merluzzo surgelato	100	€ 4,20	€ 0,42
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Cavolfiori brasati	Cavolfiori	90	€ 0,87	€ 0,08
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,94

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pastina di brodo vegetale	Pastina	40	€ 1,10	€ 0,04
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Cotoletta di lonza	Lonza	80	€ 5,41	€ 0,43
	Pane grattugiato	10	€ 1,50	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Insalata mista	Lattuga	25	€ 1,21	€ 0,03
	Carote	30	€ 0,81	€ 0,02
	Finocchi	40	€ 1,20	€ 0,05
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,95

GIOVEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta olio e parmigiano	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Parmigiano reggiano	7	€ 9,00	€ 0,06
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Uova strapazzate	Uovo pastorizzato	70	€ 2,14	€ 0,15
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Zucchine e carote	Zucchine	50	€ 1,20	€ 0,06
	Carote	50	€ 0,81	€ 0,04
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,69

VENERDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Tortellini agli aromi	Tortellini	90	€ 9,00	€ 0,81
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Crocchette di patate e mozzarella	Patate	130	€ 0,75	€ 0,10
	Mozzarella	30	€ 4,80	€ 0,14
	Uovo pastorizzato	12	€ 2,14	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Piselli saltati	Piselli surg.	120	€ 1,34	€ 0,16
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Uovo pastorizzato BIO	15	€ 3,27	€ 0,05
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,59

COSTO 2ª SETTIMANA € 5,28



Qualità e Professionalità senza confini



Ristorazione
Collettiva · Commerciale · Aziendale

www.ladisa.com



LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta e zucchine	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Zucchine BIO	50	€ 1,85	€ 0,09
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
	Crescenza BIO	80	€ 6,57	€ 0,53
Crescenza	Crescenza BIO	80	€ 6,57	€ 0,53
Carote Julienne	Carote BIO	110	€ 1,37	€ 0,15
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,36

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Lasagne alle verdure	Pasta all'uovo BIO	80	€ 1,68	€ 0,13
	Pesto BIO	20	€ 14,60	€ 0,29
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
	Mozzarella BIO	6	€ 6,94	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Fagiolini e patate all'olio	Fagiolini surgelati BIO	50	€ 1,59	€ 0,08
	Patate BIO	60	€ 1,05	€ 0,06
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Gelato	Gelato	45	€ 4,40	€ 0,20
				€ 1,05

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Passato di verdure con pasta	Pastina BIO	40	€ 1,74	€ 0,07
	Patate BIO	40	€ 1,05	€ 0,04
	Spinaci surg. BIO	20	€ 1,50	€ 0,03
	Zucchine BIO	30	€ 1,85	€ 0,06
	Carote BIO	30	€ 1,37	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
	Petto pollo BIO	100	€ 7,69	€ 0,77
Bocconcini di pollo impanati	Pane grattugiato	10	€ 1,50	€ 0,02
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Lattuga BIO	30	€ 1,88	€ 0,06
Insalata mista	Carote BIO	30	€ 1,37	€ 0,04
	Finocchi BIO	40	€ 1,36	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,72

GIOVEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta olio e parmigiano	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Parmigiano reggiano BIO	7	€ 14,80	€ 0,10
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Hamburger di manzo in umido	Fesa di bovino BIO	45	€ 9,22	€ 0,41
	Patate BIO	60	€ 1,05	€ 0,06
	Pomodori pelati BIO	25	€ 0,95	€ 0,02
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Purè di tuberì	Carote BIO	60	€ 1,37	€ 0,08
	Patate BIO	60	€ 1,05	€ 0,06
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,30

VENERDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Riso al pomodoro	Riso BIO	60	€ 1,76	€ 0,11
	Pomodori pelati BIO	50	€ 0,95	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Filetto di platessa al limone	Platessa surgelata	100	€ 5,00	€ 0,50
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Fagiolini all'olio	Fagiolini surg. BIO	120	€ 1,59	€ 0,19
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,38

LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta e zucchine	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Zucchine	50	€ 1,20	€ 0,06
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
	Crescenza	80	€ 4,76	€ 0,38
Crescenza	Crescenza	80	€ 4,76	€ 0,38
Carote Julienne	Carote	110	€ 0,81	€ 0,09
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,94

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Lasagne alle verdure	Pasta all'uovo	80	€ 1,51	€ 0,12
	Pesto	20	€ 8,43	€ 0,17
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
	Mozzarella	6	€ 4,80	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Fagiolini e patate all'olio	Fagiolini surgelati	50	€ 1,13	€ 0,06
	Patate	60	€ 0,75	€ 0,05
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Gelato	Gelato	45	€ 4,40	€ 0,20
				€ 0,78

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Passato di verdure con pasta	Pastina	40	€ 1,10	€ 0,04
	Patate	40	€ 0,75	€ 0,03
	Spinaci surg.	20	€ 1,03	€ 0,02
	Zucchine	30	€ 1,20	€ 0,04
	Carote	30	€ 0,81	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
	Petto pollo	100	€ 5,65	€ 0,57
Bocconcini di pollo impanati	Pane grattugiato	10	€ 1,50	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Lattuga	30	€ 1,21	€ 0,04
Insalata mista	Carote	30	€ 0,81	€ 0,02
	Finocchi	40	€ 1,20	€ 0,05
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,20

GIOVEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta olio e parmigiano	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Parmigiano reggiano	7	€ 9,00	€ 0,06
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Hamburger di manzo in umido	Fesa di bovino	45	€ 6,51	€ 0,29
	Patate	60	€ 0,75	€ 0,05
	Pomodori pelati	25	€ 0,58	€ 0,01
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Purè di tuberì	Carote	60	€ 0,81	€ 0,05
	Patate	60	€ 0,75	€ 0,05
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,88

VENERDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Riso al pomodoro	Riso	60	€ 1,10	€ 0,07
	Pomodori pelati	50	€ 0,58	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Filetto di platessa al limone	Platessa surgelata	100	€ 5,00	€ 0,50
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Fagiolini all'olio	Fagiolini surg.	120	€ 1,13	€ 0,14
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,08

MENU INVERNALE BIO 4° settimana

LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Ravioli al ragu	Ravioli di magro BIO	90	€ 11,60	€ 1,04
	Fesa di bovino BIO	40	€ 9,22	€ 0,37
	Pomodori pelati BIO	50	€ 0,95	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Carote Julienne	Carote BIO	110	€ 1,37	€ 0,15
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Piselli brasati	Piselli surgelati BIO	120	€ 1,65	€ 0,20
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Budino	Budino	110	€ 3,20	€ 0,35
				€ 2,45

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta al pomodoro	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Pomodori pelati BIO	60	€ 0,95	€ 0,06
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Bocconcini di tacchino al forno	Fesa tacchino BIO	100	€ 9,11	€ 0,91
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Insalata mista	Lattuga BIO	30	€ 1,88	€ 0,06
	Carote BIO	30	€ 1,37	€ 0,04
	Finocchi BIO	40	€ 1,36	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,74

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Riso alla zucca	Riso BIO	60	€ 1,76	€ 0,11
	Zucca BIO	35	€ 1,28	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Polpette di manzo in umido	Fesa di bovino BIO	60	€ 9,22	€ 0,55
	Patate BIO	40	€ 1,05	€ 0,04
	Pomodori Pelati BIO	25	€ 0,95	€ 0,02
	Uovo pastorizzato BIO	8	€ 3,27	€ 0,03
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Tris di verdure	Cavolfiori BIO	50	€ 1,25	€ 0,06
	Carote BIO	50	€ 1,37	€ 0,07
	Zucchine BIO	50	€ 1,85	€ 0,09
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,56

GIOVEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta e lenticchie	Pasta BIO	50	€ 1,15	€ 0,06
	Lenticchie BIO	25	€ 1,74	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Crocchette di patate e mozzarella	Patate BIO	130	€ 1,05	€ 0,14
	Mozzarella BIO	30	€ 6,94	€ 0,21
	Uovo pastorizzato BIO	12	€ 3,27	€ 0,04
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Insalata verde	Lattuga BIO	110	€ 1,88	€ 0,21
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,24

VENERDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Passata di verdure con pasta	Pastina BIO	40	€ 1,74	€ 0,07
	Minestrone surgelato BIO	80	€ 1,56	€ 0,12
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Merluzzo al forno	Merluzzo surgelato	100	€ 4,20	€ 0,42
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Fagiolini all'olio	Fagiolini surg. BIO	100	€ 1,59	€ 0,16
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,31

COSTO 4ª SETTIMANA € 8,30

MENU INVERNALE NO BIO 4ª settimana

LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Ravioli al ragu	Ravioli di magro	90	€ 9,00	€ 0,81
	Fesa di bovino	40	€ 6,51	€ 0,26
	Pomodori pelati	50	€ 0,58	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Carote Julienne	Carote	110	€ 0,81	€ 0,09
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Piselli brasati	Piselli surgelati	120	€ 1,34	€ 0,16
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Budino	Budino	110	€ 3,20	€ 0,35
				€ 1,89

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta al pomodoro	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Pomodori pelati	60	€ 0,58	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Bocconcini di tacchino al forno	Fesa tacchino	100	€ 5,80	€ 0,58
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Insalata mista	Lattuga	30	€ 1,21	€ 0,04
	Carote	30	€ 0,81	€ 0,02
	Finocchi	40	€ 1,20	€ 0,05
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,15

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Riso alla zucca	Riso	60	€ 1,10	€ 0,07
	Zucca	35	€ 0,94	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Polpette di manzo in umido	Fesa di bovino	60	€ 6,51	€ 0,39
	Patate	40	€ 0,75	€ 0,03
	Pomodori Pelati	25	€ 0,58	€ 0,01
	Uovo pastorizzato	8	€ 2,14	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Tris di verdure	Cavolfiori	50	€ 0,87	€ 0,04
	Carote	50	€ 0,81	€ 0,04
	Zucchine	50	€ 1,20	€ 0,06
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,05

GIOVEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta e lenticchie	Pasta	50	€ 0,99	€ 0,05
	Lenticchie	25	€ 1,47	€ 0,04
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Crocchette di patate e mozzarella	Patate	130	€ 0,75	€ 0,10
	Mozzarella	30	€ 4,80	€ 0,14
	Uovo pastorizzato	12	€ 2,14	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Insalata verde	Lattuga	110	€ 1,21	€ 0,13
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,84

VENERDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Passata di verdure con pasta	Pastina	40	€ 1,10	€ 0,04
	Minestrone surgelato	80	€ 1,13	€ 0,09
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Merluzzo al forno	Merluzzo surgelato	100	€ 4,20	€ 0,42
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Fagiolini all'olio	Fagiolini surg.	100	€ 1,13	€ 0,11
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,02

COSTO 4ª SETTIMANA € 5,95

MENU INVERNALE NO BIO 5ª settimana

LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta al pomodoro	Pasta BIO	70	€ 1,15	€ 0,08
	Pomodori pelati BIO	60	€ 0,95	€ 0,06
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Parmigiano reggiano	Parmigiano reggiano BIO	50	€ 14,80	€ 0,74
Patate al forno	Patate BIO	200	€ 1,05	€ 0,21
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,59

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Polenta	Farina gialla BIO	60	€ 1,34	€ 0,08
Spezzatino di manzo	Fesa di bovino BIO	100	€ 9,22	€ 0,92
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Zucchine all'olio	Zucchine BIO	120	€ 1,85	€ 0,22
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Gelato	Gelato	45	€ 4,40	€ 0,20
				€ 1,59

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Gnocchi al pomodoro	Gnocchi di patate BIO	200	€ 2,71	€ 0,54
	Pomodori pelati BIO	70	€ 0,95	€ 0,07
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Uova strapazzate con spinaci	Uovo pastorizzato BIO	60	€ 3,27	€ 0,20
	Spinaci surgelati BIO	35	€ 1,50	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Fagiolini all'olio	Fagiolini surgelati BIO	100	€ 1,59	€ 0,16
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,55

GIOVEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Passato di verdure con orzo	Orzo BIO	25	€ 1,71	€ 0,04
	Patate BIO	40	€ 1,05	€ 0,04
	Spinaci surgelati BIO	20	€ 1,50	€ 0,03
	Zucchine BIO	30	€ 1,85	€ 0,06
	Carote BIO	40	€ 1,37	€ 0,05
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
Coscia di pollo al forno	Coscia di pollo BIO	90	€ 5,04	€ 0,45
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Insalata mista	Lattuga BIO	45	€ 1,88	€ 0,08
	Carote BIO	45	€ 1,37	€ 0,06
	Mais	10	€ 1,30	€ 0,01
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
	Aceto BIO	3	€ 1,75	€ 0,01
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,38

VENEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Risotto allo zafferano	Riso BIO	60	€ 1,76	€ 0,11
	Zafferano	0,005	€ 3.600,00	€ 0,02
	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
Merluzzo gratinato	Parmigiano reggiano BIO	5	€ 14,80	€ 0,07
	Merluzzo surgelato	100	€ 4,20	€ 0,42
	Pane grattugiato	10	€ 1,50	€ 0,02
Carote julienne	Olio extrav. oliva BIO	4	€ 7,90	€ 0,03
	Carote BIO	110	€ 1,37	€ 0,15
	Olio extrav. oliva BIO	6	€ 7,90	€ 0,05
Pane	Pane BIO	50	€ 1,79	€ 0,09
Frutta	Frutta BIO	150	€ 1,76	€ 0,26
				€ 1,25

COSTO 5ª SETTIMANA € 7,37

LUNEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Pasta al pomodoro	Pasta	70	€ 0,99	€ 0,07
	Pomodori pelati	60	€ 0,58	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Parmigiano reggiano	Parmigiano reggiano	50	€ 9,00	€ 0,45
Patate al forno	Patate	200	€ 0,75	€ 0,15
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,04

MARTEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Polenta	Farina gialla	60	€ 0,99	€ 0,06
Spezzatino di manzo	Fesa di bovino	100	€ 6,51	€ 0,65
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Zucchine all'olio	Zucchine	120	€ 1,20	€ 0,14
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Gelato	Gelato	45	€ 4,40	€ 0,20
				€ 1,17

MERCOLEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Gnocchi al pomodoro	Gnocchi di patate	200	€ 2,13	€ 0,43
	Pomodori pelati	70	€ 0,58	€ 0,04
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Uova strapazzate con spinaci	Uovo pastorizzato	60	€ 2,14	€ 0,13
	Spinaci surgelati	35	€ 1,03	€ 0,04
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Fagiolini all'olio	Fagiolini surgelati	100	€ 1,13	€ 0,11
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 1,10

GIOVEDÌ

RICETTA	DERIVATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Passato di verdure con orzo	Orzo	25	€ 1,06	€ 0,03
	Patate	40	€ 0,75	€ 0,03
	Spinaci surgelati	20	€ 1,03	€ 0,02
	Zucchine	30	€ 1,20	€ 0,04
	Carote	40	€ 0,81	€ 0,03
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
Coscia di pollo al forno	Coscia di pollo	90	€ 3,66	€ 0,33
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Insalata mista	Lattuga	45	€ 1,21	€ 0,05
	Carote	45	€ 0,81	€ 0,04
	Mais	10	€ 1,30	€ 0,01
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
	Aceto	3	€ 1,20	€ 0,00
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,93

VENEDÌ

RICETTA	DERRATA DETERMINANTE	GRAMMATURA (g)	PREZZO/KG	PREZZO
Risotto allo zafferano	Riso	60	€ 1,10	€ 0,07
	Zafferano	0,005	€ 3.600,00	€ 0,02
	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
Merluzzo gratinato	Parmigiano reggiano	5	€ 9,00	€ 0,05
	Merluzzo surgelato	100	€ 4,20	€ 0,42
	Pane grattugiato	10	€ 1,50	€ 0,02
Carote julienne	Olio extrav. oliva	4	€ 4,36	€ 0,02
	Carote	110	€ 0,81	€ 0,09
	Olio extrav. oliva	6	€ 4,36	€ 0,03
Pane	Pane	50	€ 1,52	€ 0,08
Frutta	Frutta	150	€ 1,13	€ 0,17
				€ 0,96

COSTO 5ª SETTIMANA € 5,20

Ogni Giorno, dal 1987

BIORISTORO

ITALIA



BIO
RISTORO
ITALIA



mytec.com

Mytecon

sistemi evoluti di cassa

MyDigitalMenuBoard

web app, menu e media su monitor

MyKiosk

vendita e pagamento automatico

MyCash

incasso contanti, resto in 8 secondi

MyPOS

costi, nessun errore immediato

Soluzioni complete per
punti vendita singoli,
catene dirette e
in franchising



info@mytec.com - t. +39 0399466362



Il cibo **al centro**

L'offerta f&b è sempre più vitale per i mall dove, concentrata nelle food court, rappresenta un traino fondamentale per la customer satisfaction del moderno cliente. Ma sullo sfondo, aleggia lo spettro delle chiusure domenicali...

di Massimo L. Andreis

"Siamo di fronte a dati molto positivi sull'andamento del settore: quest'anno si sono registrate circa 2 miliardi di presenze e 3 miliardi di ore trascorse nei centri e parchi commerciali italiani. Il settore ha dimostrato di essere in grado di confrontarsi con le istituzioni per avere norme adatte a tutti e formule contrattuali (tra tenant e landlord), semplici ed efficaci. Gli shopping center, anche grazie ai nuovi format architettonici e a innovativi concept stanno diventando sempre più destinazioni leisure, dove trascor-

rare piacevolmente il tempo libero con un'offerta in forte crescita nel segmento food&beverage, che rappresenta il vero protagonista degli scenari futuri". È nelle parole di **Roberto Folgori**, presidente della Commissione Sviluppo Retail del **Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali**, pronunciate in occasione del recente **CNCC Retail Day** svoltosi presso l'OrtoCen-ter di Orto al Serio (BG), l'ennesima conferma di un trend sotto gli occhi di tutti: le aree dedicate alla ristorazione nelle più disparate strutture votate al commercio aggre-

gato moderno (dai centri commerciali agli outlet, dai retail park ai multisala) hanno un ruolo sempre più importante.

Per cui, alla domanda che aleggiava nel corso della giornata di lavori svoltasi nel mall bergamasco, "Which retail will contribute to shopping malls future?", c'è una risposta che se non unica, certamente ha trovato d'accordo tutti gli operatori del settore: il retail legato al food è una delle chiavi del successo per i centri commerciali di oggi e di domani. Basti citare a riguardo l'intervento

di **Natasha Patel**, director Global Retail Research del **CBRE London**, nel corso della sessione di approfondimento "What's the future of Retail in 2030? Thoughts from CBRE": nella panoramica che l'analista ha offerto sui cambiamenti dello shopping nel prossimo decennio, i CC verranno sempre più percepiti dal consumatore come luoghi sociali, con una crescente offerta f&b, leisure e di servizi dedicati alla persona. I progressi tecnologici consentiranno di acquistare i prodotti semplicemente catturando un'immagine

attraverso l'ubiquità del product placement nei programmi televisivi, nei film sul grande schermo, e ancora da pc, riviste, social media. Di conseguenza, l'industria logistica, infrastruttura portante del comparto, sarà obbligata ad adeguarsi a questi cambiamenti e ad approvvigionare le merci in tempo reale. Avranno sempre più successo i retailer che sapranno pensare a soluzioni di customer experience all'avanguardia, dedicando maggiore spazio agli articoli in sharing. Sullo sfondo, sarà inarrestabile l'evoluzione del "centro commerciale" in "centro" inteso come destination di molte attività non solo legate allo shopping, ma a trascorrere il tempo in compagnia.

Food court tra passato, presente e futuro

Last but not least, nel suo intervento nel corso della sessione "Grande successo del Mapic Food&Beverage. Continua La crescita... quali format in futuro?", **Roberto Bramati**, presidente Commissione Food&Food Court CNCC e protagonista ormai di lunga data del settore in qualità di fondatore e presidente di **Spazio Futuro Group**, ha ulteriormente sottolineato l'importanza della componente feed nei mali: "La ristorazione è stata per anni un vulcano addormentato: ora è esplosa in tutte le sue forme e in tutta la sua bellezza, in termini di qualità, quantità, varietà di menu, oltre che nella presentazione e nelle tipologie di servizi. Non passa giorno che non vediamo nascere nuovi locali, singoli o anelli di catene sempre più estese. La varietà e l'eccellenza della materia prima italiana (non ho paura di

dire a riguardo che siamo i numeri uno al mondo) è tale da poter creare in ogni momento nuove formule di ristorazione di successo. Non solo: il progetto architettonico e l'immagine sono tornati ad avere il giusto peso e la vera novità è che sono stati affiancati dal marketing e dalla comunicazione. È così che è nata la ristorazione del futuro."

Luce naturale meglio se proveniente dall'alto, illuminazione led, materiali ecosostenibili: sono questi alcuni dei trend nell'ambito della progettazione, come ha messo in evidenza l'architetto milanese, dall'alto della sua pluridecennale esperienza nel campo. Una vera e propria rivoluzione rispetto a un passato ormai lontano, quando per alcuni operatori sviluppati a catena, la tendenza era semmai quella di spingere i clienti, specie nei giorni e negli orari di punta, a un turn over rapido, magari con l'ausilio di una illuminazione "potenziata", laddove oggi si cerca proprio di conquistare la permanenza prolungata. Magari mettendo a disposizione gratis il wifi e postazioni per ricaricare i mobile device e per studiare, senza l'ansia dell'ordinazione continua o immediata, al fine di attrarre un consumatore giovane che, come nel caso per esempio di City Life a Milano, permette di ampliare gli orari di apertura e di consumo persino in un momento della giornata a lungo trascurato: la mattina, prima del pranzo. L'apertura prolungata è infatti un'altra delle dinamiche che si è manifestata del tempo, e che oggi vede le food court spesso posticipare la chiusura serale e/o presentare ingressi separati rispetto al mall vero e proprio.

Volendo tracciare l'identikit del-



Burger King

Locali: 170 (al 31/12/2017)

Locali nei CC: 40

Fatturato azienda: 180M€ (2017)

Fatturato medio locali: 1,3M€

Fatturato medio locale nei CC: 1M€

Numero locali in franchising: 135 (al 31/12/2017)

Programma aperture 2018: 30

di cui aperture in CC: 6

l'offerta ristorativa di una struttura tipo, oggi in uno shopping center medio-grande, con 150/200 negozi e dai 5 agli 8 milioni di visitatori all'anno, una food court moderna si sviluppa su due livelli con superfici di almeno 60 metri di diametro, che ospitano dai 15 pdv food&beverage in superficie (oltre ad altri locali sparsi, bar/caffetterie, chioschi street food, etc.) e rende disponibili dai 1.500 ai 2.000 posti a sedere, tra interni ai locali e nelle aree comuni. Infine, come ha sottolineato ancora Bramati, la comodità di raggiungere un centro (oltre che in auto, anche con i mezzi pubblici), la facilità di parcheggio, di accesso e di percorribilità interna, l'accoglienza curata al meglio sono tra gli atout che non solo rendono più forte l'appeal di una struttura ma che ne aumentano il valore, anche nel tempo. Abbiamo a questo punto chiesto ad alcuni operatori, storici e new comer, di darci qualche informazione in più circa il loro business nei centri commerciali, tra vantaggi, criticità, numeri e prospettive.

Dall'hamburger made in Usa alla pizza verace

Burger King è certamente tra i colossi della ristorazione a catena anche nel Belpaese. La costola italiana del re Usa del whopper ha un ambizioso programma di sviluppo, che nel prossimo quinquennio prevede più o meno 30 aperture all'anno, delle quali circa la metà in franchising. Questo significa sostanzialmente raddoppiare entro la fine del 2022 gli attuali (oltre) 170 ristoranti. Per perseguire uno sviluppo armonico, solido e capillare, "le opening nei centri commerciali sono per noi fondamentali", ci spiega **Dario Villa**, Head of Development dell'azienda in Italia.

"I locali presenti nei CC hanno un fatturato mediamente più basso rispetto a quello medio della rete, per la semplice ragione che di solito non presentano la corsia del drive thru, le cui vendite normalmente costituiscono un terzo sul totale. Tuttavia, avendo una struttura dei costi più leggera, assicurano una interessante profittabilità"



ARREDO PER
CONTRACT
E FOOD & BEVERAGE

info@ifi.it

#1302





IL MIGLIOR PARTNER PER
SVILUPPARE FORMAT DI SUCCESSO.

LEADER IN ITALIA NEL MERCATO AEROPORTUALE

areas
Savor your way



www.areas.it
www.myhotel.it

Mentre da un lato BK mira ad aumentare la visibilità del marchio e la sua accessibilità attraverso l'apertura di ristoranti flagship nelle principali città, dall'altro punta sui mall appartenenti al così detto "Cluster A", vale a dire con gla superiore a 40 000mq, più di 80 store e 5 milioni di visitatori all'anno. "Oltre ai centri commerciali, l'espansione del brand è orientata anche sul canale Travel e sui milioni Retail Park, esistenti o di nuova costruzione, che saranno oggetto di specifici focus di sviluppo", puntualizza il manager Che, a livello di trend, sottolinea poi come ci sia molto fermento nel settore, come dimostra la crescente presenza di grandi brand nazionali ed internazionali nel mercato italiano. "Osserviamo a riguardo la ricerca di superfici sempre più piccole, allo scopo di ridurre le Capex (spese in conto capitale ndr) e gestire le richieste di affitti spesso troppo elevate. A ciò si somma la frammentazione del consumo durante la giornata, fenomeno peraltro comune sia nei locali dei CC che in quelli in altri contesti. Semmai, l'unica sostanziale differenza tra queste due tipologie di ristoranti sta nel numero di sedute, che a volte sono di nostra esclusiva pertinenza, mentre altre sono in comune con le attività adiacenti. Quando possibile, inseriamo aree giochi per i bambini, dato che le famiglie sono un target fondamentale per noi", chiosa Villa.

Dal fast food america style al meglio della cucina italiana, pizza in primis, enfatizza la capacità attrattiva del centro commerciale esercitata sui moderni consumatori **Giovanni Galbiati**, Ad di **A Cento Spa**, che possiede il marchio **Fratelli La Bufala**.

In particolare, "in un'epoca in cui sia donne che uomini hanno sempre meno tempo anche solo per fare la spesa, i CC, con orari di apertura dilatati fino a tarda sera e nei weekend, rappresentano sempre più la soluzione ottimale per chi ha poco tempo e tante cose da fare". Ecco allora uno dei vantaggi di essere in un mall. Ma contano soprattutto i numeri: "Difficilmente approcciamo centri con gla inferiori ai 30 000 mq soprattutto perché, per il nostro format di ristorazione, abbiamo bisogno di uno spazio che non sia mai al di sotto dei 250 mq nei mall, superiore a quello dei ristoranti fronte strada, senza contare le maggiori turnazioni del personale dovute all'orario continuo osservato in queste strutture", prosegue il manager. Per il quale, la food court è passata dall'essere un semplice luogo in cui mangiare a una vera e propria piazza, che condensa tutte le attività di leisure ed entertainment (contest, concorsi, concerti, ecc.).

In generale, ogni locale FLB viene realizzato e gestito per conservare la propria unicità, pur restando sempre fedeli all'identità del marchio. In particolare, "il menu è uguale in tutti i ristoranti in Italia mentre all'estero si cerca di andare anche incontro alle esigenze del paese in cui stiamo operando, stante l'aderenza agli standard del brand e una base comune", termina Galbiati.

Dal pollo fritto al vino italiano

"I centri commerciali rappresentano il modo più facile per entrare sul mercato, soprattutto in Italia" così esordisce **Corrado Cagnola**, ad di **KFC Italia**. "Qui non solo è



Fratelli La Bufala

Locali FLB: 55 (48 in Italia, 7 all'estero)

Locali nei CC: 19 (di cui 3 all'estero)

Fatturato azienda: 50 M€

Locali in franchising: 26 (di cui 5 all'estero)

più veloce ottenere le autorizzazioni, ma i centri mettono a disposizione servizi come pilotage e marketing, che in altri contesti non ci sono, ed è possibile soddisfare requisiti tecnici per noi indispensabili (ad esempio la canna fumaria o la rete elettrica adeguata). Per quanto riguarda i flussi di visitatori poi, la galleria di un centro commerciale 'prime' è paragonabile alle principali vie dello shopping nei centri città. Non mancano è vero alcune criticità. Penso ad esempio a come il business dei diversi tenant sia condizionato dall'andamento del mall, ai limiti infrastrutturali come lo scarso collegamento con i mezzi pubblici, o al fatto che spesso la ristorazione è vista ancora come servizio, mentre in realtà è diventata un polo d'attrazione: all'estero alle food court viene riservato almeno il 12-15% della Gla, da noi invece siamo ancora sotto il 10%", lamenta il manager. Secondo il quale la valorizzazione delle food court è fondamentale tra l'altro, devono essere correttamente dimensionate già in fase progettuale, con servizi e spazi ade-

guati e aree pensate partendo dal cliente.

Nel nostro Paese, in particolare, dove si mangia soprattutto a pranzo e a cena, bisogna calibrare gli spazi e i servizi accessori sui picchi e non sulle medie di presenze. Ergo, le aree vanno definite in base alla tipologia di offerta (servizio al tavolo, take away, free flow, servizio veloce, grandi marchi...), che a sua volta definisce il profilo di cliente. Insomma il cibo non è tutto uguale, e le food court devono na-



KFC

Locali: 23

Locali in CC: 18

Fatturato medio locale: 1,9 M€

Locali in franchising: 23

Programma aperture 2018: 18 di cui aperture in CC: 9

scere da un percorso progettuale condiviso con chi conosce i clienti. In questo contesto, il ristorante KFC standard si sviluppa mediamente su 400 mq, con 150 posti a sedere. "Circa la metà della location dev'essere destinata alla preparazione, sempre espressa, ma

Italia nel giro di 6 anni. "I nuovi locali di degustazione sono tutt'altro rispetto alla vecchia, classica enoteca. Non vogliono essere posti 'esclusivi' ma 'ibridi', dove si può scegliere di acquistare soltanto una bottiglia oppure sedersi a tavola o al bancone del bar per degustare un calice con dei piatti proposti dalla cucina, cosa che prima non era possibile fare in un'enoteca pura".

La scelta della location è un fattore determinante nel successo di un wine bar. Occorre essere visibili, accessibili e posizionati in punti di facile raggiungimento e da flussi interessanti: tutte caratteristiche a lungo trascurate dalle enoteche, che sono invece naturalmente proprie della collocazione in un centro commerciale. Dove ulteriori vantaggi derivano dalla comunicazione, dagli eventi e dalle promozioni che attraggono i visitatori, con ripercussioni positive per i locali food. Sul lato opposto, occorre invece superare lo stereotipo che vorrebbe il CC la negazione di tutto ciò che è genuino, individuale e spontaneo, facendolo intendere come un luogo inospitale per una enoteca.

Pertanto, come sottolinea Pizzighella, il successo dell'esperimento di Signorvino è testimoniato non solo dalla crescita del 30% del fatturato registrata nel 2017, con un più 20% like for like, ma dalle richieste di affiliazione, che arrivano numerose, inducendo il management dell'azienda a prendere in considerazione questa tipologia di sviluppo a partire dal 2019, sia in Italia (dove si punta su Roma) e all'estero (a partire dalla Germania). In particolare, lo sviluppo internazionale "non avverrà tramite flagship isolati ma con una strategia di espansione a macchia d'olio all'interno dello specifico Paese", aggiunge il direttore di Signorvino, il cui fatturato è realizzato per il 30% dall'asporto e per il restante 70% dal consumo in store, per un totale complessivo legato al vino 100% italiano dei 50% degli incassi di ogni pdv.

Un buon toast, pane e yogurt

"L'avviamento di un'attività di ristorazione veloce all'interno di un centro commerciale presenta numerosi vantaggi oggettivi", esordisce **Angela Aricò**, responsabile Marketing del brand **Toasteria Italiana**. "Il mall, almeno in parte, diventa un interlocutore privato con un proprio regolamento e un determinato numero di servizi offerti (manutenzione, marketing, sorveglianza, condivisione delle toilette, spazi dedicati per carico e scarico merci etc...). Anche quando è ben strutturato, il dialogo operativo è senza dub-

bio meno burocratizzato e più fluido, dal punto di vista commerciale, rispetto ad una qualsiasi amministrazione comunale, che deve gestire interessi e problematiche molto più complessi (viabilità, rapporto con i residenti, gestione dei rifiuti etc.)".

Ecco perché il brand ha redatto una sorta di vademecum interno per la scelta di un buon CC, che tenga conto sì del footfall annuo, ma soprattutto consideri se il target di riferimento della singola struttura coincide con quello di Toasteria Italiana. "Solo alcuni CC riescono a veicolare i valori di 'attenzione alla qualità' e 'lusso alla portata di tutti' cari alla nostra insegna. Dobbiamo quindi analizzare con cura il merchandising mix privilegiato dal centro, prima di determinare l'eventuale coerenza con la nostra proposta di ristorazione: per noi è fondamentale abituare il cliente ad effettuare accostamenti non ortodossi ma molto salutari e soddisfacenti (toast

Signorvino

Locali: 15

Locali nei CC: 2

Fatturato azienda: 30 M€



siamo disponibili a soluzioni diverse", riprende Cagnola. "Nei centri commerciali possiamo ad esempio rinunciare alla sala, utilizzando le sedute comuni. Certo è che nei ristoranti più ampi possiamo esprimere al meglio tutto il nostro potenziale, in termini di allestimenti, arredi, colori, immagini. Per il resto non ci sono differenze rilevanti tra locali nei CC e al di fuori: mediamente, ogni ristorante impiega 35 persone, ha un giro d'affari annuo di 1.9 milioni di euro e lo scontrino medio è di 11". Secondo **Luca Pizzighella**, direttore del format **Signorvino**, la catena di negozi di vino specializzata ideata dal presidente del Gruppo Calzedonia, **Sandro Veronesi**, arrivata a gestire 15 punti vendita in

Toasteria Italiana

Locali: 15

Locali nei CC: 4

Fatturato azienda: 1,1 M€

Fatturato medio locali: 450.000 €

Fatturato medio locale nei CC: 350.000 €

Locali in franchising: 14

Programma aperture 2018: 6

di cui aperture in CC: 2



HEALTHY LIVING

COOKING

COOKING



ARREDO NEGÓCI

COSTAGROUP.NET

COSTA GROUP

SEGUICI





Gestione integrata dei rifiuti

La gestione integrata dei rifiuti (GIR) è un approccio olistico alla gestione dei rifiuti che mira a minimizzare l'impatto ambientale e a massimizzare l'efficienza. Questo processo coinvolge tutte le fasi, dalla raccolta e selezione dei rifiuti alla loro destinazione finale, con l'obiettivo di ridurre al minimo l'uso di risorse e l'immissione di inquinanti nell'ambiente.



White Bakery

Locali in Italia: 7
Locali nei CC: 3
Fatturato medio locali: 1.2 M €
Fatturato medio locale nei CC: 1.0 €
Locali in franchising: 2
Programma aperture 2018: 4
di cui aperture in CC: 1



più centrifuga, toast più mini-salad, insalata e bibita bio".

Peraltro, secondo Aricò, a vincere tra tanti concorrenti è senz'altro l'insegna che riesce a costruirsi un'identità precisa, qualunque sia il segmento di clientela e di ristorazione nel quale ci si vuole specializzare. Nondimeno, l'affaccio del bancone principale sul filo dell'unità è importante: "Il cliente deve avere diretto accesso visivo all'offerta proposta. La cura nell'esposizione del prodotto in vetrina diventa altrettanto strategica. Allo stesso modo bisogna gestire molto bene l'esperienza del cliente, dall'ordine in cassa fino al servizio (utilizzo di pager, file di attesa dedicate, menu board estremamente comprensibili)".

Sullo sfondo, secondo la manager, la food court di nuova generazione ha cambiato le regole del mondo della ristorazione, non solo all'interno dei centri commerciali. Anche gli spazi urbani iniziano a svilupparsi seguendo le stesse logiche di raggruppamento dell'offerta di ristorazione. La condivisione di servizi (pulizia tavoli, sedute, bagni, ambientazione dedicata...) e la possibilità di ampia scelta diventano un elemento estremamente positivo per il cliente.

Nato nel 2011, il format **White Bakery** è oggi presente in Abruzzo, Marche ed Emilia Romagna. È ispirato alle bakery Usa, in particolare

quelle newyorkesi, dove gli alimenti della tradizione americana si mescolano con culture provenienti da tutto il mondo, dando vita a soluzioni gastronomiche "fusion".

Aperti a colazione, pranzo, pomeriggio, cena e dopocena, i pdv del brand sono dotati di una pasticceria interna a vista.

Notorietà del mall, sinergia con altri operatori, azioni di marketing pianificate: sono questi i vantaggi della presenza in uno shopping center secondo **Dante D'Alfonso**, il responsabile franchising dell'insegna. Che dal lato delle criticità indica in particolare costi di commercializzazione troppo elevati. Sotto il profilo dell'offerta invece, "abbiamo diverse categorie merceologiche in grado di soddisfare le diverse esigenze espresse dai clienti in differenti momenti della giornata, con proposte sia dolci che salate che serviamo al tavolo. Ecco perché preferiamo nei mall locali con sedute interne".

Flussi pedonali elevati e visibilità del negozio e del brand sono i principali atout derivanti dall'operare in un mall secondo **Alberto Langella**, ceo de **La Yogurteria**. Che tuttavia non manca di stigmatizzare la contropartita, vale a dire canoni d'affitto (apparentemente) onerosi, cui si somma una forte concorrenza da parte di attività simili.

"I risultati migliori i nostri pdv li conseguono in CC contraddistinti da un numero di visitatori annuo pari a 6 milioni circa, con una gla di circa 40.000

mq. In questi contesti, proprio per battere i competitor, riteniamo sia fondamentale ideare e proporre ai nostri clienti delle promozioni ad hoc.

In altri casi, effettuiamo anche attività di co-marketing con altri operatori presenti nel centro, come ad esempio palestre, cinema, aree di gioco per bambini. Non trascuriamo neppure un altro bacino di clientela, quello rappresentato dai dipendenti del mall, cui dedichiamo offerte vantaggiose e/o convenzioni specifiche".

Il business di chi fa ristorazione peraltro è avvantaggiato dall'evoluzione della food court secondo il nostro interlocutore: "Stiamo as-

sistendo ad un forte ampliamento di queste aree, che si distinguono per un'offerta sempre più ampia e qualitativamente superiore, considerando soprattutto la crescita dei consumi fuori casa registrata negli ultimi anni.

Non solo: fino a qualche anno fa, la food court era caratterizzata principalmente dalla presenza delle catene internazionali di franchising. Oggi, invece, si notano molte realtà nazionali che pongono il loro accento sulla qualità dei prodotti offerti", conclude la sua disamina Lange la.

Se tutti gli operatori che abbiamo interpellato sottolineano il dinamismo della ristorazione nei centri commerciali, c'è uno spauracchio che aleggia ora sul segmento: lo spettro delle chiusure domenicali nel momento in cui, come viene paventato da alcuni dei protagonisti della politica al governo, la liberalizzazione delle aperture e degli orari del commercio, introdotta dal gabinetto di Mario Monti nel 2011, verrà rivista in versione... giallo-verde.

La Yogurteria

Locali: 35
Locali nei CC: 6
Fatturato azienda: 1 M€
Locali in franchising: 34
Programma aperture 2018: 10
di cui aperture in CC: 5



LE NOSTRE RAGIONI SUL PIATTO

Una proposta di direttiva dell'Unione Europea vuole proibire l'uso di piatti e posate di plastica: accettare questa proposta sembra non ridurre significativamente l'inquinamento marino, non aiuta l'economia circolare, danneggia l'industria italiana e toglierà qualcosa alla nostra vita di tutti i giorni.

3 COSE DA VERIFICARE

Un mare di inesattezze

L'obiettivo della UE è la lotta all'inquinamento marino mondiale da plastica, che per il 90% risulta originato da 10 fiumi extraeuropei, anche tramite il bando ai piatti di plastica, che non figurano nemmeno tra i primi 10 articoli trovati sulle spiagge** **che efficacia reale può avere il bando?**

Si prospetta un mercato più piatto

Non è vero che le stoviglie in plastica usate in Europa sono in buona parte di provenienza extraeuropea. Quasi **il 50% delle stoviglie in plastica vendute in Europa sono made in Italy**: metterle al bando danneggerebbe soprattutto l'industria italiana che assicura molti posti di lavoro.

Esistono alternative efficaci?

Prodotti monouso alternativi a quelli in plastica in qualsiasi materia e siano possono oggi risolvere il problema della dispersione nei mari? Non sarebbero comunque dispersi, poiché la maleducazione non è applicata solo alla plastica? **Sono fatti per biodegradarsi nell'ambiente?**

3 COSE DA SAPERE

È utile sparare a una mosca con un cannone?

La quantità di plastica utilizzata per produrre posate e piatti incide **per lo 0,6% circa** sul totale della plastica** utilizzata in Europa.

Facciamo una comparazione

Pro-mo ha promosso uno studio del ciclo di vita LCA comparativo sulle stoviglie che dimostra come l'impatto ambientale dell'intero ciclo di vita delle stoviglie monouso in plastica (polipropilene e polistirene) è risultamente inferiore di quello delle stoviglie in bioplastica PLA (acido polilattico) e in polpa di cellulosa. (Studio disponibile su www.pro-mo/ricerca) **La scelta dei materiali dovrebbe sempre basarsi sull'impatto dell'intero ciclo di vita.**

La plastica? Si riplastica!

Il riciclo delle materie plastiche in parte copre il packaging ha raggiunto in Italia **dimensioni e qualità allineate alla media europea**, e la produzione nazionale di macchine e impianti per il riciclo della plastica costituisce un'eccellenza.

3 COSE DA FARE

Riciclare, riciclare, riciclare

Siamo pronti a condividere con tutti gli attori della catena produttiva distributiva l'impegno per elaborare e proporre progetti che portino **al massimo possibile la percentuale di prodotto riciclato**.

Siamo pronti a promuovere e aumentare l'impiego di materiali provenienti da circuiti di riciclo senza che ciò influisca sulla qualità dei prodotti e la sicurezza dei consumatori.

Non ci sono prodotti buoni o cattivi, ma comportamenti giusti o sbagliati

Le stoviglie monouso in plastica sono destinate soprattutto a utilizzi emergenziali o di massa, per ricorrenze ed eventi, oppure per consumi frugali o in movimento. Situazioni di consumo che riguardano la gente comune, che sarebbe altrimenti costretta a usare alternative che possono anche essere più costose o meno funzionali. **O più impattanti.** Combattiamo lo spreco e **puniamo la dispersione di rifiuti nell'ambiente, causa principale dell'inquinamento**.

Da riciclabili a riciclati

Piatti, posate e bicchieri in plastica sono totalmente riciclabili, e vanno inseriti in toto nel sistema di raccolta e riciclo degli imballaggi (oggi lo sono parzialmente), per controllarne i flussi, riciclarli nella più alta misura possibile e sottoporli al giusto contributo per il riciclo.

(*) Fonte: JRC-CE

(**) Stime Pro-mo su dati PlasticsEurope



L'UNIONE EUROPEA VUOLE BANDIRE PIATTI E POSATE MONOUSO IN PLASTICA

Quando non ci sono, si vede.

Le stoviglie monouso in plastica
non sono insostituibili ma...

C'erano all'Adunata di Trento insieme a 600.000 Alpini.
C'erano a Campo Volo per il concerto più grande d'Europa.
Hanno festeggiato il compleanno di Annina (e di Mario,
e di Francesca...) e dato da mangiare a chi ne aveva bisogno,
nelle situazioni di emergenza
Perché sono economiche, sicure, riciclabili.

Non crediamo che metterle al bando per risolvere il problema
della plastica nei mari sia la soluzione corretta.
Perché il 90% della plastica che inquina i mari del mondo
proviene da 10 fiumi extra europei
Perché sono meno dello 0,6% della plastica utilizzata in Europa*.
Perché tutte le stoviglie monouso in plastica sono riciclabili
e possono alimentare l'economia circolare, creando valore condiviso.

**Impegniamoci per un futuro in cui queste stoviglie
siano sempre più dove serve, e sempre meno
dove non vorremmo vederle.
La dispersione dei rifiuti è soprattutto
una questione di comportamenti.**

#noicisiamo

*Fonte JRC-CE



pro-mo.it



Associazione nazionale degli Aziende di Ristorazione Collettiva e Sociale
Via Spadari 7 - 20122 Milano - Tel. +39 02 76201537 - Fax +39 02 76200761
www.angem.it - info@angem.it

ROMA

ELIOR RISTORAZIONE S.p.A.

ELIOR RISTORAZIONE S.p.A.

ELIOR RISTORAZIONE S.p.A.

GEMEZ ELIOR S.p.A.

GENESI S.r.l.

IFM S.p.A.

ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI S.r.l.

ITALCATERING S.r.l.

PEDEVILLA S.p.A.

SODEXO ITALIA S.p.A.

TURRINI RISTORAZIONE

Gli indirizzi e i numeri degli uffici sono pubblicati sul sito www.angem.it

**la forza della professionalità
e il sapore della qualità
sempre al vostro servizio**



La carica delle **doggy bag**

La lotta agli avanzi dalle mense della collettiva arriva anche sulle tavole della ristorazione commerciale. Numeri, iniziative e strumenti per non buttare cibo al ristorante

di M.L. Andreis

Il 40% del cibo finisce in pattumiera. Il dato non si riferisce ai segmenti della ristorazione tradizionalmente tacciati di essere spreconi, scolastica e sociosanitaria per intenderci, dove si buttano circa un terzo degli alimenti serviti, ma alla percentuale di rifiuto riferibile alla commerciale.

Esatto, laddove, per una questione di scelta libera operata dal consumatore e di costo sostenuto per mangiare, ci si at-

tenderebbero percentuali di scarto volontario inferiori a contesti dove il pasto è "obbligato", con tutte le note lamentela sulla qualità e quantità di piatti che invece, come purtroppo noto solo agli addetti ai lavori, sono calibrati, ponderati, studiati per rispettare le più svariate linee guida e le richieste sempre più minuziose dei committenti, in presenza di remunerazioni al limite della sostenibilità.





Di legge in legge

Si stima che il valore annuo dello spreco alimentare nel foodservice italiano si aggiri intorno ai 2,6 miliardi di euro, con 185 mila tonnellate di cibo buttato, secondo l'indagine *Surplus Food Management Against Food Waste. Il recupero delle eccedenze alimentari. Dalle parole ai fatti*, realizzata da **Politecnico di Milano** e **Fondazione Banco Alimentare Onlus**.

Numeri ancor più drammatici tra le mura di casa, dove finisce in pattumiera un etto di ali-

mentari a testa ogni giorno. Risultato: tra le mura domestiche si sprecano ogni anno 2,2 milioni di tonnellate di cibo, per un costo complessivo di 8,5 miliardi di euro, lo 0,6% del Pil. Qui i dati emergono nell'ambito del progetto *Reduce*, promosso dal **Ministero dell'Ambiente** in collaborazione con l'**Università di Bologna**. Beninteso: nel mondo della ristorazione sono in atto da tempo alcune iniziative volte a limitare i danni, a partire dall'in-

roduzione nel 2003 della Legge 155/03 (Disciplina della distribuzione dei prodotti alimentari a fini di solidarietà sociale), meglio nota come legge del "buon samaritano". Sollecitata dal Banco Alimentare, la norma prevedeva la possibilità di distribuire agli indigenti le grandi quantità di cibo inutilizzato che mense scolastiche e aziendali, ristoranti e supermercati erano costretti (sic) a distruggere. In questo modo, chi voleva donare le eccedenze destinate alla distruzione, poteva farlo attraverso le organizzazioni preposte, senza l'obbligo



di fornire garanzie sul corretto stato di conservazione, il trasporto, il deposito e l'utilizzo degli alimenti dopo la consegna alle medesime. Nel 2016 poi, al termine di un percorso che ha coinvolto tutti gli attori del processo di recupero e redistribuzione delle eccedenze, è stata approvata ed è entrata in vigore la Legge 166/16, nota anche come legge Gadda, che ha reso più organico il quadro normativo italiano semplificandolo, aggiornan-

do la legge 155/03. La nuova legge prevede semplificazioni burocratiche e sgravi fiscali a favore di chi dona cibo per fini di solidarietà. Oltre a riconoscere il valore prioritario della donazione rispetto alla distruzione e ad ampliare la platea dei soggetti a finalità sociale, la norma ha introdotto alcune facilitazioni per le imprese: invece della comunicazione preventiva (5 giorni prima) alle Entrate, è ora prevista solo quella consuntiva a fine mese per le donazioni, mentre nessuna comunicazione è più prevista per quelle di valore inferiore ai 15 mila euro (prima il limite era di 5 mila euro) o deperibili. A ciò si somma la distinzione netta tra "Termine minimo di conservazione" (vale a dire prodotti che oltre una certa data sono ancora commestibili senza rischi per la salute) e data di scadenza, ciò consentendo la cessione gratuita di prodotti Tmc in tutta sicurezza. Infine, si dà facoltà ai Comuni di ridurre la Tasi alle imprese che documentano le donazioni effettuate. I risultati non si sono fatti attendere: con l'entrata in vigore della legge Gadda le donazioni e il recupero sono aumentati. Secondo il **Banco Alimentare** le prime hanno segnato infatti una crescita del 21,4%, pari a 5.573 tonnellate di derrate alimentari recuperate nel periodo ottobre 2016-settembre 2017, contro le 4.635 dell'anno precedente. Secondo **Andrea Giussani**, presidente di Banco Alimentare, dopo l'entrata in vigore della legge 166 si è assistito a un progressivo cambio di cultura degli operatori della filiera, concretamente testimoniato dall'aumento dei punti vendita disponibili e dalla quantità di alimenti recuperati. E non è tutto: secondo **Coop** l'incidenza media delle eccedenze alimentari è dimezzata rispetto a quella registrata dal resto della grande distribuzione. Le donazioni sono quindi cresciute del 15% rispetto all'anno prima, il che corrisponde a 6 mila tonnellate di derrate alimentari donate ad oltre 900 associazioni, per un valore pari a 28 milioni di euro.

LA LEGGE GADDA

Dal 2016 in Italia è in vigore la **legge Gadda** (n. 166/2016) che prevede semplificazioni burocratiche e sgravi fiscali a favore di chi dona cibo per fini di solidarietà. Oltre a riconoscere il valore prioritario della donazione rispetto alla distruzione e ad ampliare la platea dei soggetti a finalità sociale, la norma ha introdotto alcune facilitazioni per le imprese: invece della comunicazione preventiva (5 giorni prima) alle Entrate, è ora prevista solo quella consuntiva a fine mese per le donazioni, mentre nessuna comunicazione è più prevista per quelle di valore inferiore ai 15 mila euro (prima il limite era di 5 mila euro) o deperibili. A ciò si somma la distinzione netta tra "Termine minimo di conservazione" (vale a dire prodotti che oltre una certa data sono ancora commestibili senza rischi per la salute) e data di scadenza, ciò consentendo la cessione gratuita di prodotti Tmc in tutta sicurezza. Infine, si dà facoltà ai Comuni di ridurre la Tasi alle imprese che documentano le donazioni effettuate. I risultati non si sono fatti attendere: con l'entrata in vigore della legge Gadda le donazioni e il recupero sono aumentati. Secondo il **Banco Alimentare** le prime hanno segnato infatti una crescita del 21,4%, pari a 5.573 tonnellate di derrate alimentari recuperate nel periodo ottobre 2016-settembre 2017, contro le 4.635 dell'anno precedente. Secondo **Andrea Giussani**, presidente di Banco Alimentare, dopo l'entrata in vigore della legge 166 si è assistito a un progressivo cambio di cultura degli operatori della filiera, concretamente testimoniato dall'aumento dei punti vendita disponibili e dalla quantità di alimenti recuperati. E non è tutto: secondo **Coop** l'incidenza media delle eccedenze alimentari è dimezzata rispetto a quella registrata dal resto della grande distribuzione. Le donazioni sono quindi cresciute del 15% rispetto all'anno prima, il che corrisponde a 6 mila tonnellate di derrate alimentari donate ad oltre 900 associazioni, per un valore pari a 28 milioni di euro.





Un popolo di timidi

Secondo una indagine realizzata su questo tema da Cuki, quasi il 58% degli intervistati ammette apertamente che chiedere di portare via quanto avanzato provoca disagio non solo nei confronti del ristoratore/cameriere ma ancor più verso gli altri clienti. A bloccare, nel 37% dei casi, è il timore di essere i soli a fare una richiesta di questo tipo. Ancor più grave è il fatto che tali freni inibitori

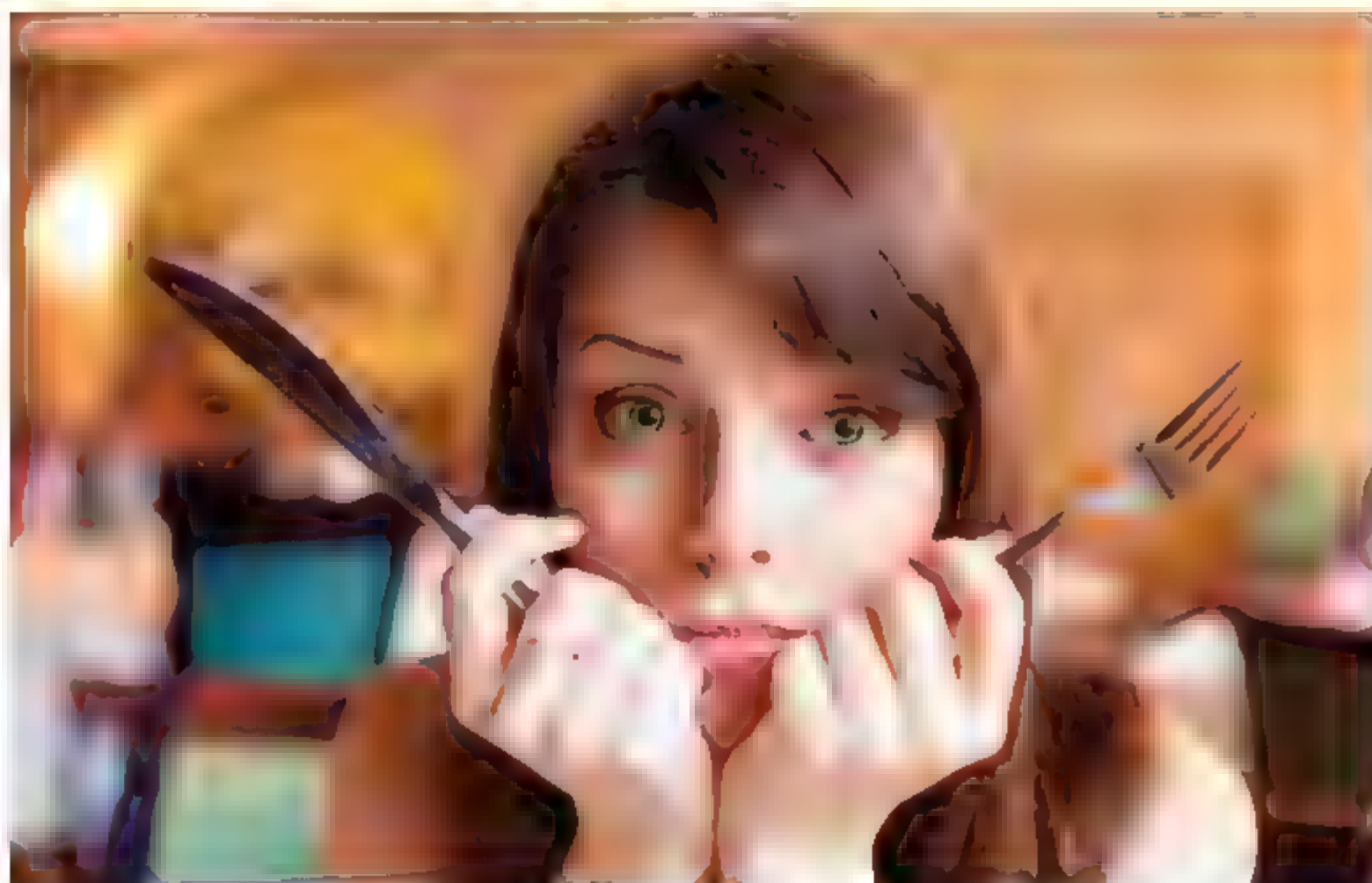
dei camerieri propone "mai o raramente" ai clienti di portare via quanto avanzato in un contenitore. Una sollecitazione che potrebbe contribuire invece a vincere la timidezza, soprattutto se un gesto siffatto diventasse norma, creando un "clima" più idoneo ad accettare o ad avanzare la richiesta/proposta di portare via quanto non è stato mangiato. L'indagine evidenzia infatti in maniera chiara che se la doggy bag fosse richiesta da più persone,

dolo e ampliando a più soggetti del terzo settore le disposizioni che regolano le donazioni dei cibi invenduti.

A ciò ha fatto seguito, con la legge di Bilancio 2018, l'ulteriore estensione del raggio di azione della 166, con due emendamenti che allargano il paniere di prodotti che si possono donare per finalità sociali, snellendo alcune procedure ed estendendo le agevolazioni fiscali.

È proprio facendo leva su disposizioni via via più favorevoli, che è nato il progetto di responsabilità sociale denominato **Cuki Save Bag**, con il quale **Cuki** e Banco Alimentare mirano a coinvolgere il maggior numero di ristoratori italiani e i loro clienti.

Due facce della stessa medaglia: se infatti da un lato è innegabile l'importanza di incoraggiare chi fa ristorazione a proporre ai propri avventori di portare via quanto non hanno mangiato, sono proprio questi ultimi a dover essere educati non solo ad un consumo corretto (che dovrebbe indurre a ordinare il giusto, senza strafare) ma al consumo differito,



senza vergognarsi di richiedere che gli "avanzi" vengano posti in un contenitore da portare a casa (o, perché no?, da donare direttamente a chi è più sfortunato, che nei paraggi di un locale potrebbe apprezzare un gesto di solidarietà immediata come questo).

Occorre infatti rilevare come il problema principale che ostacola tale buona abitudine è il sentimento di imbarazzo collegato alla richiesta della cosiddetta "doggy bag".

condizionano negativamente anche i più giovani: ben il 62% di chi ha tra 18 e 34 anni.

Non mancano peraltro significative differenze a livello regionale: nel Centro e nel Sud quasi 2 italiani su 3 si fanno problemi a richiedere la doggy bag, nel Nord solo 1 su 2.

Si tratta di una timidezza/freddezza che trova sponda e si alimenta in un analogo atteggiamento da parte dei ristoratori: secondo la ricerca, il 77% dei proprietari, dei gestori e

il senso di vergogna provato dal singolo sarebbe minore e che anche il più imbarazzato la richiederebbe sull'esempio altrui.

Si tratta di dati che mostrano importantissimi margini di manovra, nonché l'urgenza di muoversi presto e bene su questo fronte, se si considera che, come anticipato, circa il 40% degli ordini al ristorante finisce in discarica, percentuale che, in presenza di bambini, sale addirittura al 59%.

Si tratta dunque di centinaia di tonnellate di cibo sprecate ogni giorno in migliaia di locali. Qualcosa in realtà si sta muovendo sotto il profilo di un consumo più responsabile: oltre il 46% degli italiani ordina un piatto per volta, il 17% asserisce di farlo con "il cervello" e non con "gli occhi", il 7,6% riferisce di terminare tutto ciò che è arrivato in tavola anche se non ha più appetito pur di non sprecare (cibo e/o i soldi spesi...). Dal punto di vista del consumo differito, invece, la percentuale di chi è già avvezzo a chiedere la doggy bag si aggira attorno al 29% degli intervistati.

Si tratta di un dato inferiore a quanto avviene all'estero, che mostra chiaramente su quale versante si può e si deve agire,

considerando appunto che la lenta diffusione di questa pratica in Italia è da attribuire in primis a una sorta di timore nei confronti del giudizio altrui per un comportamento che in molte parti del mondo, specie anglosassone, viene considerato normale. L'indagine ha

poi approfondito il tema della destinazione del cibo portato via. Il 55% del campione lo condividerebbe con la famiglia, il 37% lo consumerebbe personalmente.

Solo il 6% lo destinerebbe a proprio cane: e qui nasce il paradosso di una definizione (tan-

to per cambiare in lingua inglese...) che se da un lato è priva di aderenza alla realtà, dall'altro è causa di ulteriore ambiguità: il 17% dei consumatori sostiene che è proprio il nome doggy bag a creare remore, forse perché tende a far passare il cibo portato via alla stregua di un alimento per lo più adatto a un animale (peraltro, se si considera quanta cura molti amanti degli amici a quattro zampe riservino alla loro alimentazione, quasi superiore a quella per se stessi o per altri "umani", non si capisce poi del tutto il perché di questa esitazione).

Sussiste per giunta una certa ignoranza: il 36,3% del campione non ha mai sentito questo termine, né sa nulla della (buona) pratica ad esso connessa.



SIA
HOSPITALITY
DESIGN

SEE YOU THERE
10-11-12 October 2018
Fiera di Rimini

PLANET SPHERE
The Italian marketplace for travel & hospitality

TTC
TRAVEL
EXPERIENCE

SIA
HOSPITALITY
DESIGN

SUN
BEACH/OUTDOOR
STYLE

www.siaquest.it

organized by

ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

Al contrario, tra chi mastica l'argomento, uno su tre afferma di averne sentito parlare alla televisione in programmi dedicati al food, contro uno su cinque che ne ha avuto notizia dai social network o dalla carta stampata

Questione di nome

Pensato per chi "ha gli occhi più grandi della pancia", il progetto **Save Bag**, realizzato da Cuki in collaborazione con Fondazione Banco Alimentare Onlus, ha già coinvolto oltre mille location, cui si sommano le Osterie Slowfood e i ristoranti della catena **Eataly**

Presentato alla XXª edizione del *Salone del Gusto* di Torino alla presenza dell'ex Ministro delle Politiche Agricole **Maurizio Martina** e del fondatore di Slowfood **Carlo Petrini**, dall'estate scorsa il progetto ha visto aumentare considerevolmente il numero dei locali aderenti, grazie alla partnership siglata con **Cigierre**, numero uno in Italia nella ristorazione a tema con più di 300 ristoranti aperti con le insegne **Old Wild West**, **America Graffiti**, **Wiener Haus**, **Pizzikotto** e **Shi's**

L'accordo ha innanzitutto un valore sostanziale: sono 22 milioni i pasti all'anno serviti nei locali del Gruppo friulano, in buona parte destinati a famiglie e bambini, proprio il target di riferimento di questa iniziativa, che vuole incoraggiare le giovani leve al rispetto del cibo e al non spreco

Ecco perché tutte le tovagliette utilizzate nei locali delle catene del colosso del fuoricasa guidato da **Marco Di Giusto** pre-

sentano un messaggio che stimola il cliente a portare con sé il cibo non consumato

Ma c'è anche un importante risvolto simbolico: più cresce in Italia la rete delle location che adottano l'iniziativa e la incoraggiano, formando il personale di sala affinché proponga incentivi e incoraggi a utilizzare la **save bag**, più sarà facile vincere pregiudizi, indugi e timori

Fino ad ora, con il progetto **Cuki Save the Food**, in 7 anni sono state oltre 3 milioni le porzioni di cibo non consumato dalle mense aziendali, scolastiche e ospedaliere, unitamente ad alimenti freschi, frutta e pane donati ad enti caritativi impegnati a offrire pasti agli indigenti

A sua volta, sono quasi 30 anni che il Banco Alimentare recupera alimenti da industria, supermercati, grandi piattaforme distributive e dalla ristorazione collettiva, per donarli ad associazioni caritative che assistono le persone in difficoltà, il cui numero, purtroppo, è in continua crescita

Secondo il rapporto *La povertà alimentare e lo spreco in Italia*, presentato da **Coldiretti**, sono oltre 2,6 milioni le persone hanno beneficiato di aiuti alimentari nel Belpaese: 114mila usufruendo delle mense dei poveri, e 2,55 milioni attraverso pacchi di cibo.

Numeri che suggeriscono la necessità che tutti gli attori facciano la loro parte: go, aziende di ristorazione e ristoranti certo, ma anche i consumatori, come si è visto, possono contribuire con un semplice gesto.

FOOD DELIVERY CONTRO LO SPRECO

Anche il mondo del food delivery, che sta conoscendo una crescita impetuosa, si sta attrezzando contro lo spreco. Sono 14 finora i ristoranti che hanno aderito a Roma al progetto solidale lanciato nel 2017 a Milano e poi esteso a Torino da **Just Eat**, la nota applicazione nata per ordinare cibo da far recapitare a casa, attiva in tutto il mondo.

In un anno e mezzo, nelle due città del Nord grazie a questa iniziativa sono stati donati oltre 3 mila pasti a 1.600 persone bisognose.

Ora il "ristorante solidaie" a domicilio arriva nella Capitale, con l'obiettivo di sensibilizzare i cittadini al fenomeno dello spreco alimentare, contribuire a ridurlo, ridistribuendo il cibo tra chi si trova in stato di necessità

Anche in questo caso il progetto ha preso vita dopo l'approvazione della Legge Gadda, che favorisce il recupero e la donazione delle eccedenze alimentari a fini di solidarietà sociale. I piatti, messi a disposizione con cadenza mensile dai ristoranti che hanno aderito nella Città Eterna saranno consegnati a un gruppo di comunità e case di accoglienza selezionate dalla Caritas di Roma insieme a Just Eat

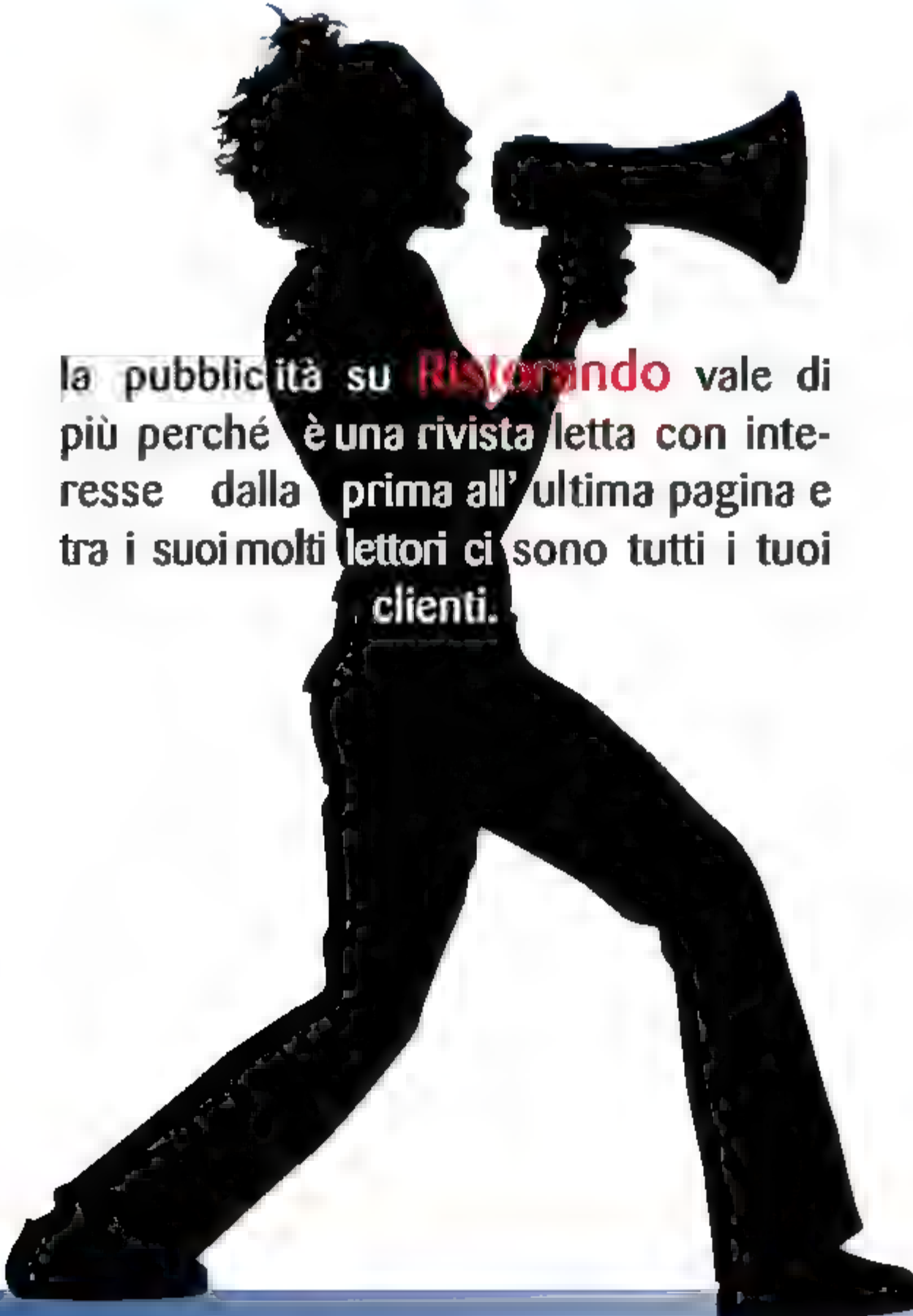
La consegna dei pasti è affidata a **Pony Zero**, società di servizi specializzata nella distribuzione urbana ecologica.

« tutto si basa su la collaborazione dei consumatori: di qui la campagna digitale **Piatto sospeso**, che prevede di lasciare un pasto in più da destinare a chi ne ha bisogno, cui si accompagna il **Salva spreco a domicilio**, un progetto per la raccolta e la donazione di cibo confezionato direttamente a casa



COMUNICARE È IMPORTANTE

basta scegliere il mezzo giusto

A black silhouette of a person with curly hair, wearing a long-sleeved shirt and trousers, standing in a dynamic pose and shouting into a large megaphone. The person is facing right, and the megaphone is held up to their mouth.

la pubblicità su **Ristorando** vale di
più perché è una rivista letta con inte-
resse dalla prima all'ultima pagina e
tra i suoi molti lettori ci sono tutti i tuoi
clienti.

Ristorando per Axios Informatica

Software e servizi ideati e sviluppati su misura



Da 35 anni soluzioni IT per la ristorazione collettiva sociosanitaria, scolastica e aziendale



Axios Informatica è un partner affidabile e specializzato che affianca il cliente con software e servizi ideati e sviluppati su misura per la ristorazione collettiva socio sanitaria, scolastica e aziendale.

Un team di analisti, programmatori e consulenti appassionati di web tecnologia e ristorazione. Con sensibilità e capacità di analisi è in grado di dare forma al software che meglio risponde alle esigenze del cliente per la gestione del centro cottura e per i settori sanità, scuola, senior, aziende.

Axios Informatica propone una tecnologia all'avanguardia al servizio degli obiettivi del cliente con soluzioni informatiche on premises e in cloud e la ricerca continua di soluzioni innovative di qualità. Un software web, flessibile e modulare che semplifica il lavoro, riduce gli sprechi, ottimizza tempi e risorse garantendo la massima automazione. Un software innovativo, moderno e stabile che assicura aggiornamenti normativi, sicurezza dei dati, interfacciamenti con altri gestionali, monitoraggio dei processi. La società offre anche servizi di consulenza tecnica-organizzativa e assistenza pre e post vendita veloci ed efficaci.

Per consolidare il rapporto di fiducia con i clienti e per dare sempre maggiori garanzie di affidabilità, il team di Axios ha iniziato un percorso di crescita per conseguire le più importanti certificazioni richieste dal settore che garantiscono efficacia ed efficienza dei processi interni per assicurare il mantenimento e il miglioramento dei prodotti e servizi forniti ai clienti; sicurezza dei dati per assicurare integrità, riservatezza e disponibilità; gestione della continuità operativa (Business continuity).

Il focus

Dal primo software nato nel 1983 i prodotti dell'azienda vicentina si sono evoluti per adattarsi alle esigenze tecnologiche e alla normativa legislative e grazie al contributo dei clienti permettono prestazioni uniche. Fiore all'occhiello dell'offerta Axios informatica è **PRANDIUM**, software che gestisce interamente un centro cottura moderno con modalità di produzione fresco/caldo o refrigerato in grado di servire pasti a diverse utenze (ospedali, case di riposo, scuole, aziende, ecc.) dalla prenotazione con moduli web dedicati alla distribuzione e alla rendicontazione.

Tra gli ultimi sviluppi segnaliamo

- WEBooking, portale grafico completo delle informazioni relative ai valori nutrizionali e agli allergeni per la prenotazione del pasto degli utenti, compatibile anche con smartphone e tablet
- in campo logistico la gestione della rintracciabilità di filiera su categoria merceologica e la registrazione dei controlli conforme alla normativa HACCP in tutte le fasi produttive dal ricevimento delle merci alla produzione.
- l'adeguamento delle procedure al GDPR EU 679/2016.

Axios aspetta tutti gli operatori e i professionisti di catering e foodservice a Milano il 4 e 5 ottobre alla mostra-convegno **Ristorazione 2018**.



SOLUZIONI INFORMATICHE
per la ristorazione collettiva

AXIOS® Informatica S.r.l.

Via S. Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI) - Italia

Tel. +39 0424 227546 Fax +39 0424 586284

comunita@axios.it axiosinformatica@lucertifica.it www.axiosinformatica.it



Si fa in fretta **a dire bio**

Cresce il peso delle materie prime green nelle scuole italiane, grazie anche alla certificazione delle mense e al fondo nazionale istituiti dal Mipaaf. Ma non mancano i problemi...

di MLA

La riapertura delle scuole porta con sé tutte numerose problematiche, comprese quelle legate al pasto. L'ultimo fronte risale al 2016, quando l'ormai arcinota sentenza del Tribunale di Torino apriva la porta al "panino da casa". Un fenomeno in realtà abbastanza marginale (al di là di poche realtà, in primis proprio quella della città della Mole), che va però a sommarsi a una serie di temi caldi che riguardano il consumo di cibo nelle mense di migliaia di istituti da nord a sud dello Stivale: tra di essi spicca senz'altro la sempre maggior richiesta di prodotti biologici da parte delle stazioni appaltanti, in ossequio all'adattamento progressivo dei Criteri Ambientali Minimi per la ristorazione collettiva alla crescente sensibilità (e si potrebbe anche dire all'appeal) verso il cosiddetto Green Public Procurement nella Pubblica Amministrazione. È di 19 anni fa infatti la Legge n. 488 che stabiliva l'uso quotidiano di cibi biologici, tipici,



tradizionali e a denominazione protetta per tutte le mense scolastiche e ospedaliere, cui hanno fatto seguito provvedimenti che hanno incentivato e imposto l'aumento della percentuale di tali alimenti nei menu della collettiva

Se da un lato è innegabile che dietro a tali previsioni c'è il desiderio di rifocillare al meglio bambini e ragazzi quando mangiano a scuola, è fuori di dubbio che questa richiesta (che innegabilmente risponde anche a mode e trend) non tiene conto delle difficoltà oggettive a reperire i quantitativi di derrate bio necessari a soddisfarla, ricadendo la soluzione del problema sulle aziende di ristorazione, costrette a fare i conti con requisiti di gara sempre più stringenti e dispendiosi, in presenza di una remunerazione del pasto via via più bassa prevista dai capitolati. Un problema non da poco se si considera che il mercato della ristorazione scolastica ha raggiunto nel 2017 il 94% di esternalizzazione (contro il 71% del 2006), a dimostrazione di come le SRC abbiano saputo interpretare in maniera ottimale le esigenze di una committenza pubblica che, con tutta evidenza, non era in grado di garantire autonomamente, nel limite di budget progressivamente più poveri, un pasto corretto dal punto di vista nutrizionale e cucinato con materie prime difficili da reperire sul mercato da parte di una singola cucina interna o di un centro cottura comunale.

Le medaglie

Molta acqua è passata sotto i ponti da quando nel 1986 apriva a Cesena la prima mensa scolastica biomediterranea... Pareva allora giusto un esperimento, un caso isolato, quasi una esagerazione/provocazione. Trent'anni dopo, quello del bio è diventato uno dei requisiti più importanti negli appalti, stimolato nel 2018 dall'entrata in vigore del decreto che incentiva proprio l'impiego di questa tipologia di prodotti nelle scuole.

È di pochi giorni fa l'attivazione sul sito del **Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali** della piattaforma informatica per ricevere le domande delle stazioni appaltanti per le mense biologiche certificate. In precedenza, a questo scopo erano stati stabiliti i criteri di classificazione, concordati con il **Ministero dell'Istruzione**, le **Regioni** e i **Comuni**, e individuati i due marchi che identificano le mense bio doc: la medaglia d'oro e quella d'argento. Per fregiarsi di tale "bollino" infatti, le scuole devono garantire delle percentuali minime di utilizzo di prodotti biologici, nonché rispettare requisiti e ricorrere a specifiche tecniche.

Più nel dettaglio, il logo di qualità per le mense scolastiche certificate sarà dorato se la quantità di ingredienti da agricoltura e allevamenti in mare e in stalla proviene da aziende biologiche almeno nel 50% dei casi; per frutta, ortaggi, legumi, prodotti trasformati di origine

vegetale, pane e prodotti da forno, pasta, riso, farine, cereali e derivati, olio extravergine è previsto invece un minimo del 90%, mentre uova, yogurt e succhi di frutta devono essere bio al 100%. Del marchio argento potranno fregiarsi invece quelle scuole dove tale quota raggiunge il 30% per prodotti lattiero-caseari, carne e pesce; raggiunge il 70% per frutta, ortaggi, legumi, prodotti trasformati di origine vegetale, pane e prodotti da forno, pasta, riso, farine, cereali e derivati, olio extravergine, e il 100% relativamente a uova, yogurt e succhi di frutta.

Non solo, per le strutture certificate è stato previsto anche un fondo ad hoc, che verrà ripartito sulla base del numero dei beneficiari, tra le varie Regioni. Al momento porta in dote 44 milioni di euro fino al 2021, finalizzati alla realizzazione di progetti di informazione e promozione nelle scuole e alla riduzione del costo del servizio a carico degli utenti. Questione non secondaria quest'ultima, dato che il prezzo del pasto aumenta in media del 20%-30% (vedi articolo a pagina 37) nel caso si rispettino i requisiti stabiliti per avere il titolo di mensa bio.

Il biologico a scuola

Mense bio in Italia	1.311
Crescita mense bio 2017 vs 2016	+1,8%
Pasti giornalieri bio 2017	1.274.889
Crescita pasti bio 2017 vs 2016	+2%
Pasti bio in un anno	255.000.000
SRC che servono pasti bio	14

FONTE: BioBank

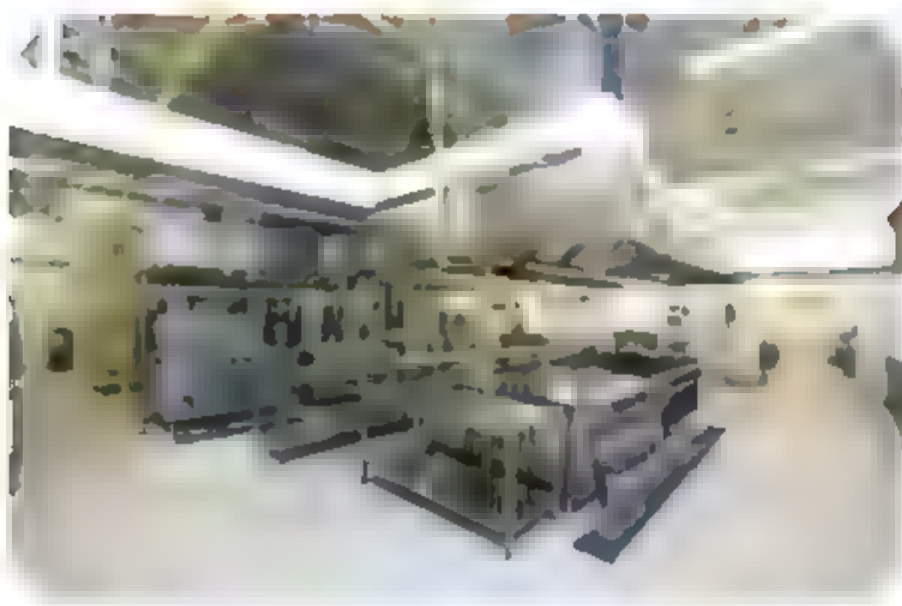
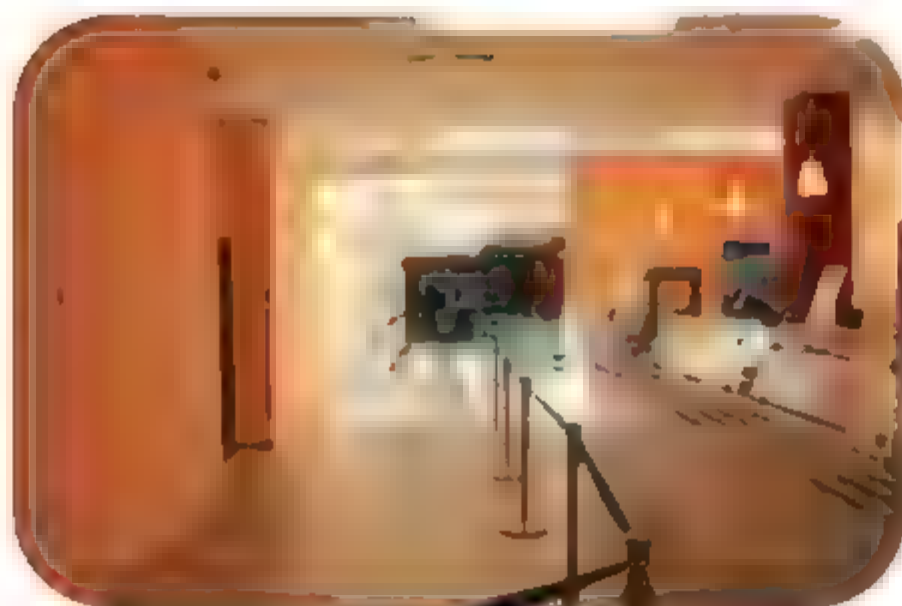


I numeri

Ma quante sono le mense biologiche in Italia?

Secondo Bio Bank, la banca dati del biologico italiano dal 1993, nel complesso il mercato della ristorazione "organic" aveva un giro d'affari pari a 377 milioni di euro nel 2016, con una crescita del 135% rispetto al 2007, quando ne valeva 160. Le 1.311 mense scolastiche che nel 2017 utilizzavano prodotti bio rientrano in questa stima.

Un numero in crescita dell'1,8% rispetto al 2016. È stata del 6% invece la progressione registrata tra 2013 e 2017, un dato tanto più



I SERVIZI CHE OFFRIAMO

- Progettazione architettonica, impiantistica strutturale e direzione lavori nei settori civile, industriale e commerciale;
- Progettazione specialistica di strutture per la produzione, trasformazione e conservazione di prodotti alimentari (cucine, ristoranti, bar, laboratori artigianali);
- Elaborazione di layout di attrezzature e arredi negli impianti di produzione e somministrazione di alimenti;
- Controllo di conformità delle manutenzioni su impianti, macchine ed attrezzature, dei servizi di ristorazione e pulizia;
- Effettuazione di analisi chimiche, fisiche, microbiologiche, merceologiche e agronomiche su matrici alimentari ed ambientali;
- Consulenze agro-alimentari, dietetiche, nutrizionali ad enti pubblici e privati;
- Controllo della qualità presso strutture pubbliche e private che erogano servizi di ristorazione e pulizia;
- Elaborazione di ricerche di mercato nel settore agricolo-alimentare;
- Consulenze per l'applicazione del pacchetto 'igiene';
- Assistenza per la predisposizione di atti di gara per l'acquisizione di beni e servizi (trasporti, pulizie, manutenzioni, ristorazione etc...);
- Consulenza e redazione di progetti tecnici per partecipazione a bandi di gara;

**40 ANNI DI ATTIVITA' SONO LA *GARANZIA*
DELLA NOSTRA *SERIETA' E COMPETENZA***

SEDE: VIA LODOVICO IL MORO 159 20142 MILANO TEL. 0289122357

MAIL: PROGETTA@PROGETTA.MI.IT

SITO INTERNET: WWW.PROGETTA.MI.IT



significativo se si considera che sono stati anche anni di pesante crisi economica e di spending review; testimonia per di più come, una volta entrate nell'era del bio, le scuole non tornino più indietro, benché la svolta green rappresenti una sfida e un costo, che frenano molte stazioni appaltanti. Sotto il profilo geografico, la regione con più mense bio è la Lombardia: 245. Seguono Veneto con 215 ed Emilia-Romagna con 163. Qui una mensa su quattro utilizza dal 70 al

100% di prodotti biologici. In particolare, sul totale di 1.311 mense censite, sono 129 quelle dove sono bio dal 70 all'89% degli ingredienti impiegati, 111 quelle dove questa percentuale oscilla invece dal 90 al 100. È in queste realtà che finiranno con tutta probabilità i contributi del fondo nazionale.

Per rientrare nel censimento Bio Bank non è prevista una soglia minima di prodotti bio, a differenza di ciò che avviene per i ristoranti. Tornando ai numeri, ammontano a 1.274.889 i pasti giornalieri con materie prime biologiche distribuiti nelle scuole censite nel 2017, contro i 1.250.369 dell'anno prima: la crescita è stata dunque del 2%, a fronte di una variazione del 3,7% registrata tra 2013 e 2017.

Considerando un calendario scolastico di 200 giorni, i pasti organici serviti l'anno scorso sono stati 255 milioni, principalmente in nidi, scuole materne e primarie. Sotto il profilo delle dimensioni, il 43%

delle mense prepara fino a 300 pasti biologici al giorno, il 35% da 301 a 1.000, il 22% oltre 1.000.

Volendo infine stilare una classifica delle SRC con maggior percentuale di pasti bio preparati nelle scuole italiane, al primo e secondo posto troviamo i due colossi emiliani della ristorazione, **Camst** e **CIRFOOD**. Sul terzo gradino del podio **Elior**.



Sullo sfondo

Sullo sfondo, il mercato organico continua a crescere. Considerando 641 fattorie didattiche e a 1.311 mense scolastiche servite da 14 aziende di ristorazione, Bio bank è arrivata a recensire 11.000 attività, che abbracciano i più svariati settori: tra l'altro incontriamo lungo lo Stivale 58 fiere ed esposizioni e 104 associazioni; 32 cassette a domicilio, 2.879 aziende di materie prime e 813 gruppi d'acquisto; 22 su-



permercati e 1.437 negozi; 556 ristoranti e 1.497 agriturismi; 20 organismi di controllo, 82 fattorie sociali, 8 centrali e 113 aziende equosolidali; 245 profumerie e 426 aziende di cosmesi e affini.

Risultato: il comparto è sempre più trainante e vale nel complesso 3,5 miliardi, in crescita del 15% l'anno scorso rispetto al 2016, e del 153% rispetto al 2008 secondo i dati elaborati da **Nomisma**. A ciò si sommano esportazioni che nel 2017 hanno superato quota 2 miliardi (+16% sul 2015, +408% rispetto al 2008) pari al 5% sull'intero export agroalimentare italiano, la cui progressione generale da 2008 è "limitata" al 45%. Le vendite bio (domestiche ed export) hanno quindi superato i cinque miliardi di euro: +9% rispetto al 2016 e +218% rispetto al 2008.

A livello di dinamiche, il 2017 è stato l'anno del boom dei prodotti biologici nella Gdo, grazie a un exploit del 16,6% che ha portato il giro d'affari a 1 miliardo e 451 milioni, ciò confermando il sorpasso delle vendite di iper (+14%) e supermercati (+18%) rispetto a quelle dei negozi specializzati avvenuto per la prima volta nel 2014.



L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2018**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende
che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
- Ristorazione on board
- Buoni pasto
- Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
- Foodservice equipment
- Appuntamenti fieristici

acquista la tua copia!



per info:

Edifis SpA - Tel. 02 3451230 int. 226

pubblicita@edifis.it

Fairtrade certifica Conor

Il 2018 sancisce per l'azienda l'inizio di una nuova collaborazione all'insegna del sostegno del commercio equo e solidale

Conor ha deciso di rispondere alla crescente domanda di prodotti a marchio **Fairtrade** proveniente dalla ristorazione, iniziando con le banane, ma l'intenzione del gruppo è quella di ampliare questo tipo d'offerta. Le aziende che, come Conor, ottengono la certificazione Fairtrade e che acquistano prodotti appartenenti a questa categoria, garantiscono ai produttori la corresponsione di un prezzo minimo e stabile che consenta loro di trarre un profitto che copra i costi di produzione e che permetta investimenti per lo sviluppo delle proprie aziende. La certificazione Fairtrade è un'attestazione volontaria che sostiene il commercio equo e solidale. Il suo obiettivo è quello di rendere più bilanciato il rapporto tra i produttori e i lavoratori più svantaggiati specialmente dei Paesi in via di sviluppo (Centro – Sud America, Africa e Sud – Est asiatico) e il consumatore.

Fairtrade contribuisce allo sviluppo sostenibile fornendo agli agricoltori gli strumenti per entrare nel sistema commerciale in condizioni di trasparenza e correttezza migliorando così i loro standard di vita.

A tutto Import

Conor fa parte di **Agribologna**, con cui condivide la natura dei prodotti, il rigore qualitativo e la competenza in ricerca e innovazione. Conor copre tutte le fasi della filiera ortofrutticola, dalla produzione alla commercializzazione, e offre una fornitura di servizi ad alto valore aggiunto per i propri clienti e partner.

Con più di 50 anni d'esperienza nella vendita di ortofrutta fresca, ha instaurato un rapporto di partnership consolidato con i maggiori player della Gdo, della ristorazione collettiva e commerciale, del canale Ho.re.ca. e del catering navale, fornendo delle risposte concrete alla crescente domanda da parte dei consumatori sempre più esigenti, di standard qualitativi personalizzati ed alti livelli di servizio. L'assortimento di Conor è completo ed offre più di 300 referenze di frutta e verdura tra convenzionale, IV e V gamma. Ogni giorno, fornisce delle soluzioni ad hoc secondo le esigenze di ciascun cliente, assicurando l'alto standard qualitativo, la sicurezza alimentare e la genuinità dei prodotti che solo una filiera corta può garantire.

Conor è una filiera corta: si approvvigiona direttamente dai soci produttori del Consorzio Agribologna e dai suoi partner selezionati.

Dal 2011 ha istituito una business unit che si occupa dell'importazione e della vendita di frutta proveniente da Paesi produttori, prevalentemente del sud del mondo.

Conor import ha instaurato una relazione di collaborazione diretta con 30 produttori locali di Centro e Sud America, Turchia, Nord e Sud Africa. I prodotti che Conor acquista direttamente in loco sono, in ordine di importanza: ananas, banana, arancia, pera, limone, pompelmo, melone, kiwi, susina, frutta a nocciolo, uva, mela, melagrana, cocco, lime, mango, papaya, avocado, zenzero e noce in guscio.

I produttori "papabili" vengono identificati per passaparola tra produttori locali, attraverso banche dati oppure per contatto diretto. Conor inizia ad essere una realtà interessante anche per i coltivatori d'Oltreoceano che le riconoscono l'efficienza, l'importanza nel contesto italiano e non solo e, in quanto cooperativa, la correttezza e la passione con la quale collabora con i produttori.

A loro volta i produttori partecipano ad un iter di selezione da parte di Conor, che prevede verifiche in loco, il possesso di certificati che dimostrino la qualità e l'affidabilità dell'azienda agricola produttrice e il soddisfacimento di specifici requisiti.

Conor Import rappresenta il 10% del fatturato aziendale e i suoi obiettivi sono: presidiare tutta la filiera, dalla produzione alla distribuzione, passando dalla lavorazione, assicurandosi in questo modo l'indipendenza rispetto ad altre aziende importatrici che fanno da intermediarie, il contatto diretto con i produttori ci permette di garantire la qualità del prodotto, pianificare le quantità ed ottenere dei benefici in termini di costi. Dall'altro lato, i partner che collaborano direttamente con Conor sono tutelati contro lo sfruttamento commerciale per raggiungere un tenore di vita migliore. Il contatto diretto con i produttori permette poi di evitare il loro sfruttamento commerciale, garantendone un tenore di vita migliore. Il Consorzio Agribologna ha a cuore gli imprenditori agricoli e li tutela direttamente, mettendosi al servizio dei coltivatori, mettendosi al loro servizio, fornendo le proprie conoscenze sia in materia economica che in termini agronomici e qualitativi.

Conor si pone come interlocutore diretto e privilegiato tra il produttore e il mercato, la Gdo, assicurando notevoli garanzie per il futuro delle aziende agricole nei Paesi in via di sviluppo.

CONOR

CONOR S.r.l.

Via delle Viti, 5 - 40127 Bologna

Tel. +39 051 9941111 Fax +39 051 19936796

info@conorsrl.it www.conorsrl.it



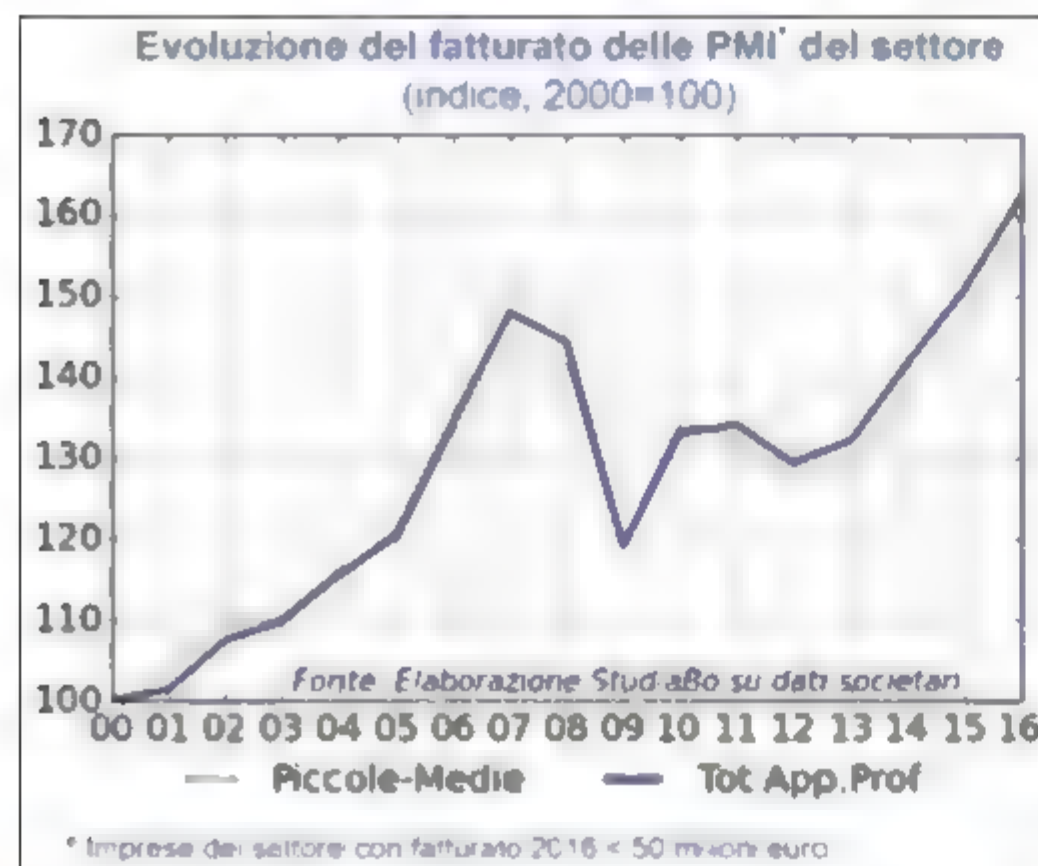
Piccoli produttori crescono

Anche le PMI seguono il trend positivo del settore italiano delle apparecchiature professionali per foodservice e ospitalità

L'industria italiana delle attrezzature professionali si conferma leader in Europa con un fatturato di oltre 4 miliardi di euro e un export che copre oltre il 70% della produzione

È stato già evidenziato, nel numero precedente di Ristorando, come il 2016 sia stato per il comparto delle attrezzature professionali per la ristorazione un anno estremamente favorevole che ha raggiunto se non superato i livelli di fatturato e redditività antecedenti a la crisi del 2008-9

Tutto il mercato nazionale mostra condizioni economico-finanziarie particolarmente positive con valori di massima degli ultimi anni sia nei fatturati che negli indici di redditività. Nello stesso range si inseriscono anche le PMI ossia le imprese che nel 2016 hanno avuto un fatturato < 50 milioni di euro



Piccole-medie imprese: l'evoluzione dei fatturati in linea con il totale settoriale



Piccole-medie imprese: i livelli dei margini di oltre 2 punti inferiore alla media settoriale

Anche in questo ambito il quadro si presenta eterogeneo, con dati leggermente inferiori alla media di settore ma in costante miglioramento rispetto agli anni precedenti

Leggermente sotto la media anche il grado di autofinanziamento – cash flow – anche se in costante crescita rispetto agli anni precedenti e più evidente nelle grandi aziende del settore – e comunque ad un rapporto tra debiti finanziari e capitale proprio (leverage) inferiore a 0.25 per la metà delle imprese – si evidenzia anche una sensibile riduzione dei tempi di pagamento fornitori, che mostra dati anche più favorevoli rispetto alla media del settore

Dal punto di vista, invece, dei livelli dei margini, i risultati delle PMI appaiono al di sotto della media rispettivamente di 2 punti

Allineate con il mercato in generale, l'analisi delle singole ASA

con Cottura, Freddo e Apparecchiature Ausiliarie quelle a maggiore crescita, Produttori Ghiaccio quella con i livelli più elevati nei margini operativi, Produttori Ghiaccio, Generalisti, Cottura e Ausiliarie i più efficienti nell'uso del capitale investito, Produttori Ghiaccio e Generalisti quelle con maggiore redditività industriale e complessiva. Sono le aree del freddo e della cottura quelle che segnalano il massimo assoluto nei fatturati degli ultimi 10 anni mentre il settore lavaggio mostra un incremento nei fatturati (su valori di massimo assoluto) al livello del pre-recessione con un recupero dei margini operativi

Piccole-medie imprese: livelli del ROE di 4-5 punti più bassi della media settoriale

Picco e-med e imprese: livelli del ROI di oltre 5 punti più bassi della media settoriale

**EFCM ITALIA POLO
DEL PROFESSIONALE**

Efcem Italia è l'Associazione che, in seno a APPLIA Italia - Associazione Produttori Elettrodomestici - riunisce le imprese del settore professionale e rappresenta l'Italia nell'ambito di Efcem - European federation of catering Equipment Manufacturers - il comparto industriale delle apparecchiature professionali per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 4 miliardi di euro l'anno e una capacità d'esportazione che supera l'70%

Le nuove sfide **della ristorazione**

L'accesso alla dieta vegetariana e vegana, con annesso corollario di obblighi e sanzioni per i ristoratori, è la nuova frontiera su cui presto o tardi si aprirà un confronto serrato per individuare nuove linee guida

a cura di Daniele Pisanello e Bruno Edoardo Toffolon - Lex Alimentaria Studio Legale Associato

Nelle linee di indirizzo sulla ristorazione scolastica, approvate dalla Conferenza Unificata Stato Regioni nel 2010, c'è un passaggio particolarmente ispirato: "La varietà sia assunta come paradigma dell'identità stessa della ristorazione, occasione privilegiata di apertura a tutte le differenze".

L'affermazione si riferisce di primo acchito all'ordinato sviluppo di una società multietnica e multiculturale ma è declinabile anche sulle altre abitudini di consumo, quali l'alimentazione vegetariana e vegana. Quest'ultima, in particolare, è ormai entrata nel quotidiano (non solo) nazionale anche grazie a campagne di comunicazione rilevanti che hanno evidentemente attecchito con buon successo, favorendo fette di mercato connesse allo stile vegano. I prodotti vegan, in quanto di nuova formulazione, scontano un problema di identità agli occhi della massa dei consumatori ed è per questo che tendono a "appropriarsi" di termini e riferimenti merceologici più noti al pubblico: da qui il ricorso a diciture quali "hamburger di soia", "bresaola vegana", "mortade la vegana", "prosciutto vegetariano", "burro di tofu", "formaggio vegetale", "Crema veggio", con un fiorire di varianti linguistiche nazionali. Il tema è tornato all'attenzione collettiva dopo la sentenza Tofu della Corte di Giustizia che ha affermato il divieto per i prodotti vegani di utilizzare le denominazioni lattiero-casearie ma non quelle di altri comparti merceologici,



come le carni o il settore ittico, aprendo un fuoco di proteste dei relativi settori, preoccupati dell'avanzante erosione di menzioni merceologiche che si davano stabili.

Anche sul fronte della ristorazione scolastica si registrano situazioni, per così dire, di frizione. È il caso di quei Comuni che in questi anni hanno deciso di subordinare l'erogazione di diete





vegane a bambini della fascia 0-6 all'esibizione di un certificato medico attestante la buona salute dei bambini se non anche, in taluni casi, una lettera di manleva a firma dei genitori relativamente ai rischi derivanti da una dieta povera di taluni, importanti, nutrienti. In tale contesto, nel nuovo Parlamento si registrano alcuni disegni di legge che mirano a garantire alternative alimentari vegane, o vegane e vegetariane, nella ristorazione collettiva.

I due progetti sono in larga parte sovrapponibili e riproducono analoghi disegni depositati infruttuosamente nelle precedenti legislature (il primo risale al 2002).

Visto il boom vegano, non ci sarebbe da stupirsi se stavolta si giungesse alla adozione di una legge in materia. Legge che, se approvata nei termini proposti, introdurrebbe l'obbligo di un menu vegano nella ristorazione pubblica e non solo. Vediamo meglio nel dettaglio

Italy goes vegan?

Le due iniziative depositate in Senato sono volte alla "tutela delle scelte alimentari vegetariana e vegana" (disegno di legge della senatrice Giammanco) o alla sola "tutela della scelta vegana" (come nel caso del disegno della Senatrice Cirinnà)

Delle due diete sono fornite le definizioni. vegetariana è l'alimentazione che esclude carne, pesce e altri alimenti derivati dall'uccisione di animali, mentre l'alimentazione vegana importa una alimentazione che esclude carne, pesce e altri alimenti derivati dall'uccisione di animali, latte e suoi derivati, uova, miele e qualsiasi altro alimento di origine animale

Il nerbo delle proposte si concentra nella garanzia che sia "sempre offerto e pubblicizzato almeno un menù vegano (o un menù vegetariano e uno vegano) in alternativa alle pietanze contenenti prodotti o ingredienti di origine animale previste nel menù convenzionale". L'ambito oggettivo dell'obbligo è qui di interesse non solo le mense pubbliche, convenzionate e private, o che svolgono in qualsiasi modo servizio pubblico, le

mense che svolgono servizio per le scuole di qualsiasi ordine e grado, compresi gli asili nido, mense universitarie, ospedali, istituti penitenziari, ma anche - si badi - gli esercizi aperti al pubblico "in cui i lavoratori siano costretti a nutrirsi per l'impossibilità di fare rientro per il pasto al proprio domicilio, quali bar e ristoranti convenzionati con i luoghi di lavoro".

Per la violazione dell'obbligo si prevede una sanzione amministrativa e la sanzione accessoria della sospensione della licenza e, in caso di reiterazione, la revoca della stessa. Il disegno di legge Cirinnà affronta la situazione dei genitori vegani e il loro "diritto" a che la prole sia alimentata secondo gli stessi precetti; il disegno di legge summenzionato propone che "[n]e le mense scolastiche di asili nido, scuole per l'infanzia, scuole primarie, scuole secondarie di primo e di secondo grado, l'erogazione del pasto vegano deve essere effettuata ad ogni famiglia richiedente, senza alcuna certificazione o attestazione medica; il menu vegano offerto deve essere strutturato in modo da assicurare sempre un apporto bilanciato di tutti i nutrienti, così come indicato dalla scienza ufficiale in materia di nutrizione e considerando i progressi scientifici in tale campo. Lo stesso





4-5 OTTOBRE 2018

DECIMA EDIZIONE MOSTRA CONVEGNO

Scarica il programma del convegno e registrati online su:
www.ristorando.eu

L'APPUNTAMENTO BIENNALE DEI PROFESSIONISTI
DELLA RISTORAZIONE MODERNA
CENTRO CONVEGNI "LE STELLINE" MILANO C.SO MAGENTA, 61





macrobiotici, lattofobi, crudisti, sushisti, naturisti, no gluten, carnivori, fruttivori, localivori; bensì manifestazione della personalità umana, insopprimibile e capace di ottenere prestazioni e riconoscimento dalla comunità

Come si è visto, l'impostazione dei disegni di legge consiste nel riconoscimento del diritto della persona all'accesso alla dieta vegetariana e vegana, con annesso corollario di obblighi e sanzioni. Se questo è il contesto, è bene che la discussione sia consapevole dei termini delle questioni sottese. In questa prospettiva riteniamo utile richiamare le considerazioni di uno storico britannico, scomparso nel 2007, per il quale le campagne degli health evangelists (anti-sugar, anti-meat, anti-fat) degli ultimi trenta anni, a torto non sarebbero – a suo giudizio – se non

deve risultare appetibile e variato, in modo da non creare discriminazioni qualitative tra gli utenti dei servizi di ristorazione”

Chi scrive non ha le competenze necessarie per affrontare pubblicamente il merito scientifico della eventuale equipollenza

della dieta vegana ma, a tutto concedere, quest'ultimo passaggio del disegno di legge si pone in distonia con le linee di indirizzo nazionali per la ristorazione scolastica ove, in linea con la communis opinio medica, si prescrive che il rapporto tra proteine animali e vegetali sia pari a 0,66

Il tema si gioca anche su come la dieta vegan viene e verrà intesa. Sembra oramai che essa sia sempre più presentata (e quindi, in termini di causa-effetto, anche percepita) come una modalità di estrinsecazione

dell'individuo, della sua personalità e come tale meritevole di promozione ai sensi dell'art. 2 della nostra Costituzione. Questa è per lo meno la considerazione di partenza delle iniziative parlamentari che sul tema sono state presentate (ma raramente discusse) in questi anni

Questo è, soprattutto, il basamento concettuale su cui si propongono anche “fondi per campagne di informazione sulle valenze nutrizionali, salutistiche, etiche e ambientali connesse con tale stile alimentare”.

Nella stessa prospettiva, si vorrebbe riconoscere agli studenti degli istituti professionali alberghieri e agli istituti professionali per i servizi alberghieri e ristorativi, il diritto di dichiarare la propria obiezione di coscienza a frequentare le lezioni didattiche pratiche riguardanti alimenti di origine animale. Si propone anche l'introduzione negli stessi istituti dell'insegnamento di nozioni di nutrizione, gastronomia e ristorazione vegana nei programmi didattici

Dal tribalismo alimentare al riconoscimento di un diritto

Vi sono quindi le avvisaglie di un possibile passaggio di grado per il veganesimo, non più mera tribù alimentare, insieme ai



la riedizione della tradizione evangelica americana costretta, dopo la rivoluzione culturale degli anni '60, a rinunciare ai secolari paradigmi di riferimento (religione, razza, sesso) e quindi bisognosa di nuova identità. Questa lettura non spiega da sola la segmentazione degli “stili di alimentazione” (pensiamo anche al biologico, biodinamico) ma fornisce elementi di visione più ampia: modelli di consumo, appetibili in termini di marketing, e che, se e in quanto innervati da valenze spirituali e ideali, reclamano riconoscimento anche su piano del diritto. Convien

a loro far tesoro dell'ammonimento di una scrittrice statunitense del XX secolo: “There is no more prolific cause of bad morals than abuses of diet”.



**www.
ristorando**

GIU

EDIFIS



Seguici online!

La Borsa delle Imprese della **Ristorazione Moderna**



I contratti del mese in Italia

Pag. 82

La rincorsa di scuole e catene di ristoranti

Settembre 2018



Ben 52 contratti in più in questa tappa del monitor della ristorazione, che arriva a quota 212. Scuole pubbliche e commerciale trascinano verso l'alto il computo finale grazie a progressioni rispettivamente di 26 e 24 segnalazioni, che portano a 100 nel primo caso e a 77 nel secondo. Una rincorsa che se è abituale per le scuole, nel caso della commerciale testimonia il dinamismo che caratterizza l'offerta f&b da un po' di tempo in qua, con tagli nastro che si susseguono anche nella stagione estiva. Aumenti di 6, 3 e 1 contratti per aziendale, sociosanitaria e buoni pasto

(Nella quinta rilevazione abbiamo censito 212 contratti e 107 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto: viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato, è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



CASE DI CURA, CLINICHE, OSPEDALI

BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EURORISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
FABBRO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
IL CAMMINO SOC. COOPERATIVA	1 CONTRATTO

✓ Centro diurno Cunegonda ASL, Bari	
LADISA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MARKAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE
MULTISERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PELLEGRINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
PIANETA FOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SODEXO ITALIA	1 CONTRATTO PRECEDENTE

CASE DI RIPOSO, CASE PROTETTE, SERVIZI ASSISTENZIALI

CIR FOOD	2 CONTRATTI	SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO
✓ Comune di Sestri Levante (GE)		✓ Asp La Quiete, Udine	
✓ 1 contratto precedente		VEGEZIO	1 CONTRATTO PRECEDENTE

FORZE ARMATE E CORPI MILITARIZZATI

BRILL SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	FABBRO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
		SERIST	1 CONTRATTO PRECEDENTE

MENSE AZIENDALI

ELIOR RISTORAZIONE	3 CONTRATTI	IFM	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Poste Italiane Bologna		LA MEDITERRANEA SOC. COOPERATIVA	1 CONTRATTO
✓ 2 contratti precedenti		✓ Comune di Aversa	
CAMST	1 CONTRATTO PRECEDENTE	LAVAZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIMAS	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SARCA CATERING SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIRFOOD	2 CONTRATTI PRECEDENTI	SERENISSIMA RISTORAZIONE	3 CONTRATTI
FABBRO FOOD & FACILITY	1 CONTRATTO	✓ Poste Italiane Firenze	
✓ Pinacoteca di Brera, Milano		✓ Gruppo Torinese Trasporti	
GIOSERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE	✓ 1 contratto precedente	
		SODEXO ITALIA	1 CONTRATTO
		✓ Comune di Vaprio d'Adda (BG)	

SCUOLE PRIVATE ED UNIVERSITÀ

CIRFOOD	1 CONTRATTO	FOOD SERVICE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Scuola Normale Superiore, Pisa		GESTIONE SERVIZI INTEGRATI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI	1 CONTRATTO PRECEDENTE	MISTRAL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DUSSMANN	1 CONTRATTO PRECEDENTE	PELLEGRINI	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SCUOLE PUBBLICHE

ACCADEMIA NODIVA	1 CONTRATTO PRECEDENTE	✓ 2 contratti precedenti	
A&C PRIVATE SRL	1 CONTRATTO	CO.SE.C. - COOP. SERVIZI CROTONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Comune di Napoli		COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
ALL FOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE	CE.RI.SA. SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
BETADUE COOP. SOC.	1 CONTRATTO PRECEDENTE	DITTA SOLDALÉ COOPERATIVA SOCIALE	1 CONTRATTO
BIORISTORO ITALIA	2 CONTRATTI	✓ Comune di Cassano allo Jonio (CS)	
✓ Comune di Colferro (RM)		DUSSMANN	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ 1 contratto precedente		ELIOR RISTORAZIONE	8 CONTRATTI PRECEDENTI
BRIN MENSE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	EP SPA	2 CONTRATTI
CAPITAL	2 CONTRATTI PRECEDENTI	✓ Comune di Viterbo	
CAMST	10 CONTRATTI	✓ Comune di Napoli	
✓ Comune di Montopoli Val d'Arno (PI)		EURORISTORAZIONE	2 CONTRATTI
✓ Comune di S. Dorlingo della Valle - Občina DolinaDolina (TS)		✓ Comune di Como	
✓ 8 contratti precedenti		✓ 1 contratto precedente	
CARIBÙ CATERING SRL	1 CONTRATTO	EUTOURIST NEW	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Comune di San Paolo Bel Sito (NA)		EW KING SRL	1 CONTRATTO
CIRFOOD	4 CONTRATTI	✓ Comune di Sassano (SA)	
✓ Unione dei Comuni Bassa Reggiana (RE)		FELSINEA RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Comune di Varese		FRATELLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C.	1 CONTRATTO
		✓ Comune di Napoli	



GE.RI.CO. ✓ Comune di Napoli	1 CONTRATTO	RISTONET	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GEMEAZ-ELIOR	2 CONTRATTI PRECEDENTI	RISTORART TOSCANA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GEMOS ✓ Centro cottura Terni ✓ Unione dei Comuni Valle del Savio ✓ 1 contratto precedente	3 CONTRATTI	RISTOSERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GESTIONA SERVIZI INTEGRATI ✓ Comune di Napoli	1 CONTRATTO	SCAMAR	1 CONTRATTO PRECEDENTE
GMI SERVIZI	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SCARDI RISTORAZIONE ✓ Comune di Ascoli Satriano (FG)	1 CONTRATTO
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	3 CONTRATTI PRECEDENTI	SERCAR	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SERCOLO SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LA PESCHIERA SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SERENISSIMA RISTORAZIONE	2 CONTRATTI PRECEDENTI
LADISA ✓ Lotto 1, 2 Comune di Bari ✓ Comune di Guardiagrele (CH) ✓ 1 contratto precedente	3 CONTRATTI	SERVITO	2 CONTRATTI PRECEDENTI
LARIUS COOP. SOC.	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE ✓ Comune di Brembate di Sopra (BG)	1 CONTRATTO
MARKAS ✓ Comune di Fauglia ✓ 1 contratto precedente	2 CONTRATTI	SIRIO	2 CONTRATTI
ME.CA. SRL ✓ Comune di Napoli	1 CONTRATTO	SLEM	1 CONTRATTO PRECEDENTE
NOI SOC. COOP.	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SODEXO ITALIA	7 CONTRATTI
PASTORE SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE	✓ Comune di Strambino (TO) ✓ Comune di Napoli ✓ 5 contratti precedenti	
PROCLEAN	1 CONTRATTO PRECEDENTE	TORTONA SPA	1 CONTRATTO
PUNTO RISTORAZIONE	1 CONTRATTO PRECEDENTE	✓ Comune di Napoli	
RAG. PIETRO GUALTIERI E FIGLI	1 CONTRATTO PRECEDENTE	VEGEZIO ✓ Comune di Napoli ✓ 1 contratto precedente	2 CONTRATTI
		VIVENDA ✓ Comune di Lonate del Garda (BS) ✓ Comune di Tivoli (RM)	2 CONTRATTI

Ristorazione Commerciale

ESERCIZI URBANI E CENTRI COMMERCIALI

AUTOGRILL ✓ Bomba, piazza XXV Aprile, Milano	1 CONTRATTO	CRAZY FISH	1 CONTRATTO
BURGER KING ✓ Carpi (MO) ✓ Parma ✓ Reggio Emilia ✓ 1 contratto precedente	4 CONTRATTI	✓ Serravalle Retail Park, Serravalle Scrivia (AL)	
CALAVERA FRESH MEX	2 CONTRATTI PRECEDENTI	DOMINO'S PIZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CAFFE' PASCUCCI ✓ Milano, piazza Duca d'Aosta	1 CONTRATTO	DOPPIO MALTO ✓ Vigevano (PV)	1 CONTRATTO
CASA MAIOLI ✓ CC Conè, Conegliano (TV)	1 CONTRATTO	EL PAN D'NA VOLTA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CHEF EXPRESS	1 CONTRATTO PRECEDENTE	FONDAZIONE PRADA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIBIAMO GROUP	2 CONTRATTI PRECEDENTI	FOOD GROUP SERVICE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIGIERRE ✓ CC SME, Susegana (TV) ✓ Roma ✓ 6 contratti precedenti	8 CONTRATTI	JOLLIBEE FOOD CORPORATION	1 CONTRATTO PRECEDENTE
CIOCCOLATITALIANI ✓ CC Cuore Adriatico, Civitanova Marche	1 CONTRATTO	KFC	4 CONTRATTI
CIRFOOD ✓ Chiccotosto CC Grand' Emilia di Modena	1 CONTRATTO	✓ CC Città Fiera, Torreano di Martignacco (UD) ✓ CC Happio, Roma ✓ 2 contratti precedenti	
COVIM EXPRESS	1 CONTRATTO PRECEDENTE	LA CAVEJA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
		LA PIADINERIA DENTI	2 CONTRATTI PRECE-
		MCDONALD'S ✓ Torino ✓ Concorezzo (MB) ✓ Rodengo Saiano (BS) ✓ 1 contratto precedente	4 CONTRATTI
		MONDADORI CAFÈ	1 CONTRATTO PRECEDENTE
		ODOROKI	1 CONTRATTO PRECEDENTE
		ODSTORE	1 CONTRATTO PRECEDENTE
		OFFICINA EMILIANA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
		OLD WILD WEST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
		PANINO GIUSTO ✓ McArthurGlen Designer Outlet, Noventa di Piave (VE)	1 CONTRATTO

PESCHERIA CON COTTURA	1 CONTRATTO PRECEDENTE	SPONTINI	1 CONTRATTO
PIZZIUM	2 CONTRATTI PRECEDENTI	✓ Venezia	
ROADHOUSE	4 CONTRATTI PRECEDENTI	THE SHOWFOOD	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SEBETO	1 CONTRATTO	VILLAPIZZA	1 CONTRATTO PRECEDENTE
✓ Rossopomodoro CC Area 12 Shopping Center, Torino		WE LOVE PURO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
SEGAFREDO - PANICUNZATU	1 CONTRATTO PRECEDENTE	YOYOGURT	1 CONTRATTO PRECEDENTE

SITI IN CONCESSIONE

CHEF EXPRESS	4 CONTRATTI PRECEDENTI	✓ Beercode, Terrazza Termini, Roma	
FC RETAIL	2 CONTRATTI	✓ Rustichelli & Mangione, Terrazza Termini, Roma	
✓ AFSF Terrazza Termini, Roma		✓ Nattoo, Terrazza Termini, Roma	
✓ 1 contratto precedente		✓ 1 contratto precedente	
ART & FOOD SRL	1 CONTRATTO PRECEDENTE	MCDONALD S	1 CONTRATTO PRECEDENTE
KELLYDELY	1 CONTRATTO	PUNTO GRILL SERVICE	2 CONTRATTI PRECEDENTI
✓ Sushi Daily Terrazza Termini, Roma		SEBETO	1 CONTRATTO PRECEDENTE
LAGARDÈRE	4 CONTRATTI	SIRIOBAR	2 CONTRATTI
		✓ Ospedale Santa Maria della Stella, Orvieto	
		✓ Ospedale Burlo Garofolo, Trieste	

Buoni Pasto

ENTI PUBBLICI

CIRFOOD (BLUBE)	1 CONTRATTO PRECEDENTE
DAY - CAMST	1 CONTRATTO PRECEDENTE
EDENRED	2 CONTRATTI
✓ Area Sud Milano, Rozzano (MI)	
✓ 1 contratto precedente	

BUONI PASTO ELETTRONICI E CARD

TICKET RESTAURANT - EDENRED	1 CONTRATTO PRECEDENTE
-----------------------------	------------------------

Contratti monitorati al 31 agosto 2018

I SEGMENTI DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Case di Cura, Cliniche, Ospedali	13
Case di riposo, Case Protette, Servizi Assistenziali	4
Totale ristorazione collettiva sociosanitaria	17
Forze Armate e Corpi Militarizzati	3
Ristoranti aziendali ed interaziendali	17
Totale ristorazione collettiva aziendale	20
Scuole private e Università	7
Scuole pubbliche	93
Totale ristorazione scolastica	100
Esercizi Urbani e centri commerciali	59
Esercizi in Concessione	18
Totale ristorazione Commerciale	77
Imprese e società private	-
Enti Pubblici	4
Buoni pasto elettronici e card	1
Totale Buoni pasto	5
TOTALE CONTRATTI MONITORATI	212





Società monitorate al 31 agosto 2018

1. ACCADEMIA NOVIDA		52. JOLLIBEE FOOD CORPORATION	Jollibee
2. ALL FOOD		53. KELLY DELY	Sushi Daily
3. ART & FOOD		54. KFC	
4. A&C PRIVATE SRL		55. LA CAVEJA	
5. AUTOGRIILL	Bomba	56. LA FENICE SERVIZI E INNOVAZIONE	
6. BAR BANQUETING SRL/URANIA SRL		57. LA MEDITERRANEA SOC. COOPERATIVA	
7. BETADUE COOP. SOC.		58. LA PESCHERIA SOC. COOP	
8. BIORISTORO		59. LA PIADINERIA	
9. BRILL SERVICE		60. LADISA	
10. BRIN MENSE		61. LARIUS COOP. SOC	
11. CAFFE' PASCUCCI		62. LAGARDÈRE	Farinella, Ajsen Ramen, Beercodè, Briccocafé, Rustichelli & Mangione, Natoo
12. CAMST	Ristoservice, Day, Dal 1945 Gustavo Italiano		
13. CAPITAL		63. MARKAS	
14. CARIBU' CATERING SRL		64. MCDONALD'S	
15. CASA MAIOLI		65. ME. CA. SRL	
16. CASCINA GLOBAL SERVICE		66. MISTRAL	
17. CE.RI SA. SRL		67. MONDADORI	Mondadori Café
18. CHEF EXPRESS	Mokà, Prosecco bar Bottega, JuiceBar	68. MULTISERVICE	
19. CIBIAMO	La bottega del caffè, Mondadori Café	69. NOI SOC. COOP.	
20. CIGIERRE	Old Wild West, Pizzikotto, Shi's	70. ODOROKI	
21. CIMAS		71. OSTORE	
22. CIOCCOLATITALIANI		72. OFFICINA EMILIANA	
23. CIR FOOD	CIR, Blu Ticket, Rita, Rita Terreverdi, Pastarito, Eudania, Chiccotosto, Tracce, Aromatic, Viavai, Let's Toast, Antica Focacceria San Francesco, RED	73. PANCIOC	Panini Durini
24. CO SE.C.		74. PANINO GIUSTO	
25. CONSORZIO NAZIONALE SERVIZI		75. PELLEGRINI	
26. COOPERATIVA SOCIALE NUOVA ERA		76. PESCHERIA CON COTTURA	
27. COVIM EXPRESS		77. PIANETA FOOD	
28. DITTA SOLIDALE COOP SOCIALE		78. PIZZUUM	
29. DOMINO'S PIZZA		79. PROCLEAN	
30. DUSSMANN		80. PUNTO GRILL	Caruggio eat & shop
31. EDENRED	Ticket Restaurant, City Time, e-Lunch	81. PUNTO RISTORAZIONE	
32. EL PAN D'NA VOLTA		82. RAG. PIETRO GUARNIERI E FIGLI	
33. ELIOR	Food Experience, Gemeaz Elior	83. RISTONET	
34. EP SPA		84. RISTORANT TOSCANA	
35. EURORISTORAZIONE		85. ROADHOUSE	Roadhouse, Crazy fish, Calavera, Fresh Mex Rossosapore
36. EUTOURIST		86. SEBETO	
37. EW KING SRL		87. SCAMAR	
38. FABBRO		88. SEGAFREDO	
39. FC RETAIL	Antica Focacceria San Francesco, RED	89. SERCAR	
40. FELSINEA RISTORAZIONE		90. SARCO CATERING	
41. FONDAZIONE PRADA	Ristorante Torre	91. SCARDI RISTORAZIONE	
42. FOOD GROUP SERVICE	Panicunzatu	92. SERCOLO SRL	
43. FOOD SERVICE SRL		93. SERENISSIMA RISTORAZIONE	
44. FLLI MONACO DI MAURIZIO MONACO & C.		94. SERIST	
45. GE.RI.CO. SRL		95. SERVITO	
46. GEMOS		96. SIR SISTEMI ITALIANI RIST.	
47. GESTIONE SERVIZI INTEGRATI		97. SIRIO	Sirio Bar
48. GLOBAL SERVICE		98. SIEM	
49. GMI SERVIZI		99. SODEXO	Sodexo Italia, Sodexo Motivation Solutions Italia
50. IFM		100. SPONTINI	
51. IL CAMMINO SOC. COOPERATIVA		101. THE SHOWFOOD	
		102. TORTONA	
		103. VEGEZIO	
		104. VILLAPIZZA	
		105. VIVENDA	
		106. WE LOVE PURO	
		107. YOYOGURT	



1-2 SETTEMBRE

**AMERICAS FOOD
& BEVERAGE SHOW
& CONFERENCE**

Mostra e conferenza del food & beverage
Miami Beach Convention Center,
Miami,
Stati Uniti
World Trade Center Miami
www.worldtrade.com

27 SETTEMBRE

30 OTTOBRE

I PRIMI D'ITALIA

Festival nazionale dei primi piatti
Foligno (centro storico) (PG) - IT
EPTA SRL
info@epta.it
www.eptaeventi.it

30 SETTEMBRE

5 OTTOBRE

TFWA WORLD EXHIBITION

Salone dell'industria e del travel retail
Palais des Festivals et des Congrès,
Cannes, Francia
TFWA
contact@tfwa.it
www.tfwa.com

1-3 OTTOBRE

THE RESTAURANT SHOW

Salone della ristorazione
Earls Court,
Londra,
Gran Bretagna
Universal Marketing
universal@universalmarketing.it
www.universalmarketing.it

4-5 OTTOBRE

RISTORAZIONE 2018

Convegno biennale dei professionisti
della ristorazione moderna
Centro Congressi Le Stelline,
Milano, Italia
Edifis Spa
convegni@edifis.it
www.ristorando.eu

10-12 OTTOBRE

SIA HOSPITALITY DESIGN

La fiera dell'hotellere
Rimini Fiera, Expo Centre
Rimini, Italia
ITALIAN EXHIBITION GROUP SpA
www.siaquest.it

13-21 OTTOBRE

SALON DE L'ALIMENTATION

Salone dell'alimentazione
Brussels Expo,
Bruxelles,
Belgio
Brussels Fairs and Exhibitions
bfe@bfe.be
www.bfe.be

15-18 OTTOBRE

HOTEL 2016

Fiera internazionale specializzata
per l'hotellerie e la gastronomia
Fiera Bolzano,
Bolzano, Italia
Fiera Bolzano
info@fierabolzano.it
www.fiera.trieste.it

20-23 OTTOBRE

FNCE

Mostra e conferenze su cibo
e alimentazione
Chicago, IL
Stati Uniti
American Dietetic Association
fnce@eatright.org
www.eatright.org

21-25 OTTOBRE

SIAL

Salone internazionale dell'alimentazione
Paris Nord Villepinte,
Parigi,
Francia
Saloni Internazionali Francesi
info@salonfrancesi.it
www.salonfrancesi.com

25-27 OTTOBRE

TRIESTESPRESSO

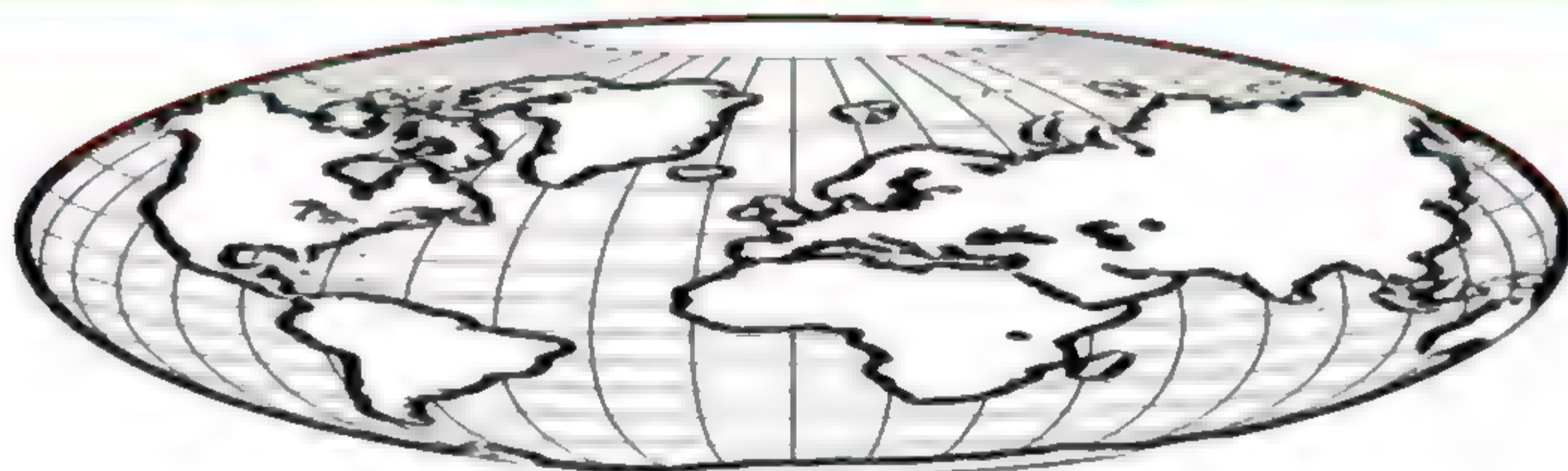
Salone della filiera del caffè espresso
Porto vecchio
Trieste,
Italia
Trieste Fiera
info@fera.trieste.it
www.fiera.trieste.it

i Convegni
di **Ristorando**

4-5 OTTOBRE 2018
MILANO



Centro Congressi Le Stelline convegni@edifis.it





Da 21 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione



RistoSano®

Servizio realizzato con specifiche attrezzature da cucina - omogeneizzatori istantanei - per la preparazione automatizzata di diete a consistenza modificata per ospiti con problemi di deglutizione e disfagia.

- COLAZIONE OMOGENEIZZATA: latte e biscotti, tè e biscotti, latte e biscotti PRO

- PASTO e CENA OMOGENEIZZATI: vellutate, creme, paste, pizze, purè di verdure, carne, pesce, piatti regionali, piatti arricchiti con proteine, mousse di frutta, dessert proteici

- IDRATAZIONE: bevande gelificate, bevande gelificate light, bevande cream

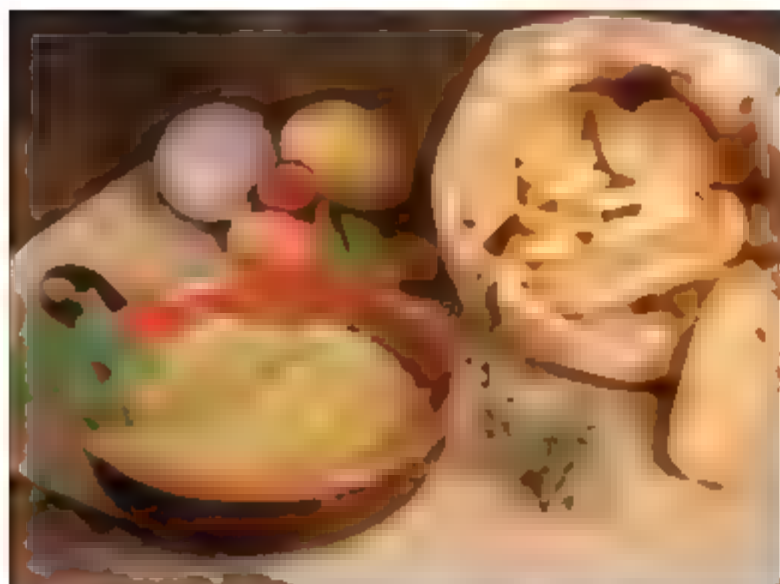
RistoSano® viene realizzato a fronte di un'accurata pianificazione nutrizionale, frutto dell'analisi delle esigenze organizzative e sanitarie

Grazie all'ampia gamma di ricette disponibili è possibile proporre alimenti sicuri dal punto di vista reologico e nutrizionale, con un menu vario, appetitoso, curato nel gusto e nella percezione, al fine di mantenere vivo l'interesse e il piacere per il cibo. Il servizio può essere integrato con iosanoCLOUD, sistema online per condividere menu e piano nutrizionale con la direzione, lo staff medico, i pazienti e i familiari.

Vantaggi in sintesi:

- sicurezza e costanza dei parametri reologici
- certezza e pianificazione degli apporti nutrizionali
- varietà dei menu
- sicurezza igienico-sanitaria
- disponibilità 24 ore su 24
- eliminazione dello spreco
- riduzione dei costi organizzativi

www.iosano.com



La pizza si fa in 9 con le bocce per la pizza KOCH!



Le bocce per la pizza di **Koch** - azienda altoatesina specializzata nella produzione di pasta e prodotti surgelati - sono ora disponibili in 8 fantastiche varianti di impasto con solo lievito madre nel formato da 2 pezzi per 400g!

Al farro, con orzo e avena, Kamut®, con semi di Canapa, rustiche (con germe di grano), integrali, ai 7 cereali e con soia

Chi ama il sapore della pizza classica, invece, può trovare l'impasto tradizionale nel formato da 4 pezzi per 750g. Le bocce per la pizza di Koch sono preparate solo con materie prime di alta qualità, senza aggiunta di additivi e conservanti. Vengono successivamente surgelate per offrire la comodità e il sapore di una pizza croccante e deliziosa come in pizzeria direttamente a casa propria. Morbide e facili da stendere sono semplicissime da preparare. Basta lasciare scongelare le bocce a temperatura ambiente per circa 3 ore e stenderle accuratamente su di un piano infarinato con l'aiuto di un matterello; poi disporle su di una teglia da forno, farcirle con gli ingredienti preferiti e infornare per 10-12 minuti a 200-220°C

www.kochbz.it



Da Pizzoli, lo specialista italiano delle patate, tante gustose novità

Menu più ricchi e originali grazie alle grandi novità firmate **Pizzoli Professional** le nuove Steakhouse Extra e ben tre nuovi croccanti tagli con buccia.

Grazie al loro speciale rivestimento, le nuove Steakhouse Extra garantiscono croccantezza e calore più a lungo. Veloci da preparare e con un minor assorbimento d'olio, sono il perfetto alleato del ristoratore. Una nuova referenza in un restyling che ne esalta tutto il valore di premiumness.

Le nuove Patatine con buccia sono un contorno sfizioso, originale e facile da preparare sia in friggitrice che in forno. Grazie alla buccia che ne esalta il gusto e alle tre differenti tipologie di taglio: fette, spicchi e barchette, ispirano tantissimi menù così sorprendenti da lasciare i clienti a bocca aperta. Pizzoli mette a disposizione dei professionisti della ristorazione l'esperienza di un'azienda che dal 1926 crea prodotti straordinari.

www.pizzoli.it



Dr Schär Foodservice

Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9 - 39014 Burgstall (BZ) - Italia
Tel. +39 0473 293 300
Fax +39 0473 293 399
foodservice.it@drschaer.com www.drschaer-foodservice.com



Augusto S.r.l. - CENTRO DIREZIONALE ZIPA

Viale dell'Industria, 5 - 60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021 Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



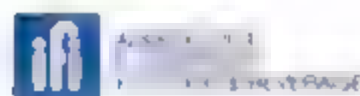
Costa Group

Via Valgràvegna Z.A.I.
19020 Riccio del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309 Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net www.costagroup.net



IdeaFood

Via Varona 66 - 33170 Pordenone - Italia
Tel. Sonia Pistello +39 392 7189250
Tel. Valentino Redivo +39 340 5673553
info@showfoodsystem.com
www.showfoodsystem.it



IFI S.p.A.

Strada Selva Grossa 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. +39 0721 20021 - Fax +39 0721 201773
www.ifi.it - info@ifi.it export@ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49 - 20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450 www.spaziofuturo.it

tecnoarredamenti internazionale

Tecnoarredamenti

Via Cimon de' Furlan, 1
33081 Aviano - Pordenone - Italia
Tel. +39 0434 676511 - Fax +39 0434 651069
info@tecnoarredamenti.com www.tecnoarredamenti.com

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Piazza Belli, 2 - 20153 Roma
Tel. +39 06583921 Fax +39 065818682
www.aigrim.it - segreteria@aigrim.it



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537 Fax +39 02 76280761
info@angem.it www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@anseb.com - www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120 Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5 - 20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921 - Fax +39 06 5818682
info@fipe.it www.fipe.it



DISTRIBUZIONE AUTOMATIZZATA
- BEVANDE - PASTO
- ALIMENTI SECCATI - SANI DURI

General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305 Fax +39 0187 461368
info@iobevo.com www.iobevo.com



BioRistoro Italia S.r.l.

Via Benedetto Stai, 49 - 00143 Roma
Tel. +39 06 5030933 - Fax +39 06 51530272
posta@bioristoroitalia.it www.bioristoroitalia.it



Camst

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camst.it



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano (MI)
Tel. +39 02 480531 - Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capnate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 9 518
Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz

elior

Gemeaz Elior S.p.A.

Via privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - Isola F4
Via G. Ponzio - 80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmipa.com
www.ifmipa.com

**Ladisa S.p.A.**

Via Guglielmo Lindemann, 5/3 - 5/4 70132 Bari - Zona As
Tel. +39 080 8682111
Fax +39 080 5313357
info@ladisanstoraione.it
www.ladisanstoraione.it

**Markas S.r.l.**

Via Maceo, 73 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
info@markas.it - www.markas.it

Pellegrini**Pellegrini S.p.A.**

Via Lorenteggio, 255 - 20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1 - Fax +39 02 89125922
www.gruppopedlegri.it

**Serenissima Ristorazione s.p.A.**

Via della Scienza, 26/A - 36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400 Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it www.grupposerenissima.it

**Sodexo Italia S.p.A.**

Via Fratelli Gracchi, 36 - 20092 Cinisello Balsamo - Milano
Tel. 02 69684.1 - Fax 02 6887169
www.sodexo.com

**Autogrill S.p.A.**

Centro Direzionale Milanofor
Strada 5, Palazzo Z - 20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

ON-BOARD
AUTOSTRADE**Burger King Italia S.r.l.**

Piazza S. Anastasia, 7 - 00186 Roma
Tel. +39 06 96701270 Fax +39 06 3223394
franchising@burgerking.it www.burgerking.it

**Chef Express S.p.A.**

Sede Legale e Amministrativa
Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711 Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 059 754711 Fax +39 06 4814429 059 754700
info@chefexpress.it

**CIRFOOD**

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011 Fax +39 0522 530100
www.cirfood.com - drc@cirfood.com

**MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.**

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 Edificio E Ala 2 - 20153 Milano
Tel. +39 02 3909951 Fax +39 02 3552234
www.tareas.com info.italia@areas.com

**Roadhouse Grill Italia S.r.l.**

Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811 Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

**Sirio S.p.A.**

Via Filippo Re, 43-45 - 48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414 - Fax +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

**Blube**

Largo Donegani, 2 - 20121 Milano
Tel. +39 02 3454191 - Fax +39 02 34541955
www.blube.it

**Ticket Gemeaz - MARCHIO DI PIÙ BUONO S.r.l.**

Piazza della Repubblica, 32 - 20124 Milano
Tel. 02 6694579 Fax 02 66719545
info@ticketgemeaz.it www.ticketgemeaz.it

**Ticket Restaurant, Edenred Italia S.r.l.**

Via Giovanni Battista Pirelli - 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

**Eat Meat srl**

Via A. Moro, 6/a/b/c - 41051 Castelnovo R. (MO)
Tel. +39 059 535000 Fax +39 059 5331291
www.eatmeat.it - info@eatmeat.it

**Rational Production srl**

Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203 - Fax +39 035 4521983
www.rationalproduction.com
info@rationalproduction.com

**Dac S.p.A.**

Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 Fax +39 030 2568340
www.gruppodac.eu info@gruppodac.eu

**Marr S.p.A.**

Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 Fax +39 0541 742422
www.marr.it

**METRO Italia Cash and Carry S.p.A.**

Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808 Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it www.metro.it

**Rossi Giants S.r.l.**

Sede legale ed amministrativa:
Via S. Antonio, 37/39 - 36030 Costabissara (VI)

Sede operativa e deposito:
Via Lago d'Isèo, 22 - 36077 Tavernelle di Altavilla Vicentina
Tel. +39 0444 573025 Fax +39 0444 371552
info@rossicatening.it



CONSULENZE QUALITÀ SOSTENIBILITÀ RISTORAZIONE

Cautha Solutions sas di Cappellina Luisa & C

Via Tormentone, 12/2 20132 Milano
Tel. +39 02 92884938
Fax +39 02 92884937
info@cautha.net www.cautha.net



Mastergroup s.r.l.

Viale G. Carducci, 27 31015 Conegliano TV
Tel. +39 043835157
Fax +39 0438420468
www.mgnet.it info@mgnet.it



Progetta sc

Via Ludovico il Moro, 159 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it



SLM Business Consultancy

Via IV Novembre, 10 - 33013 Gemona del Friuli (UD)
Tel. +39 0432 1698160
Fax +39 0432 1698161
s.madile@slmbconsult.com
www.slmbconsult.com/it/



PROGETTAZIONE, STUDI DI FATTIBILITÀ, DIREZIONE LAVORI,
COLLAUDI, VERIFICHE TECNICHE PER ENTI PUBBLICI E PRIVATI

Studio Montanari & Partners S.r.l.

Via Lisardi, 10 - 20122 Milano
Tel. +39 02 58317320
Fax +39 02 58313397
studio@smp.mi.it
www.smp.mi.it



Ali Group S.p.A.

Via Gobetti 2a Villa Fiorita - 20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991
Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it
www.aligroup.it



ANGELO PO

A Marmon Berkshire Halshaw Company

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90
41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411
Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



BERTO'S
the best catering equipment

Berto's S.p.A.

Viale Spagna, 12
35020 Tribano (PD)
Tel. +39 049 9588700
Fax +39 049 9588799
bertos@bertos.com www.bertos.com



Electrolux

Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electrolux-professional.com



Irinnox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinnox@irinnox.com
www.irinnox.com



ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A. Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46
31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020
Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it
www.lotuscookers.it LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.



Diversey Srl

Via Trento, 7
20017 Passirana di Rho (MI)
Tel. +39 02 25801
info.italy@sealedair.com
www.sealedair.com



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166
43122 Parma
Numero verde 800388288
www.barillafoodservice.it



Bonduelle Italia S.r.l. - DIVISIONE FOOD SERVICE

Via Trento
24060 San Paolo d'Argon (BG)
Tel. +39 035 4252411
Fax +39 035 952880
foodservice@bonduelle.com
www.bonduelle-foodservice.it



L'UNOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA

Conor srl

Via delle viti, 5
40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111
Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it
www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera d'Chiara, 215
80100 Napoli Italy
Tel. +39 081 400816
Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com
www.cupiello.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111
Fax +39 059 755517
info@inalca.it

OROGEL

OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600
47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771
Fax 0547 377016
www.oroget.it
info@oroget.it



PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI, SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1
48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328
Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

LAINOX
LEVEL FOR CULINARY

Lainox Ali S.p.A.

Via Schiaparelli, 15 Z. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it
www.lainox.it

RATIONAL

Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22
30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it
www.rational-online.com

Five Services

Five Services

Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com

ASDS
simply your work



S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo de Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it



Adriatica Oli Srl

C.da Cavallino 39
62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080
Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoil.com
www.adriaticaoil.com

COMENDA
TO CLEAN WITH CARE

Comenda Ali Group Srl

Via Gaetano Galiet, 8
20060 Cassina de Pecchi (MI)
Tel. +39 02 952281
Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind
10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a.
Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it
www.meiko.it



Sotral S.r.l.

Corso Francia, 225 - 10139 Torino
Tel. +39 011 728822
Fax +39 011 729090
commerciale@sotral.it
info@sotral.it
www.sotral.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, -4 scala A - 24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

AXIOS
informatica

VALORI E COMPETENZE
PER LA TRASMISSIONE DEL VALORE

Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it



Guttadauro Computers & Software S.r.l.

Via F.lli. Bandiera, 4 - 21012 Cassano Magnago (VA)
Tel. +39 0331 729511
Fax +39 0331 280834
Numero verde: 800 009346
info@guttadauro.it - www.guttadauro.it

mytec.com

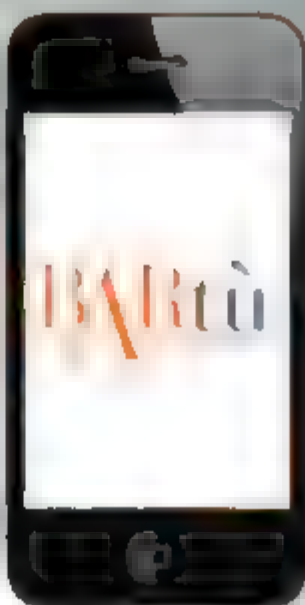
Mytec S.r.l.

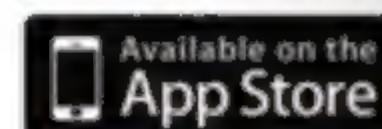
SEDE OPERATIVA
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 0399466362
info@mytec.com - www.mytec.com

SERENISSIMA
INFORMATICA

Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it





**Le nostre riviste
sono disponibili anche
per smartphone,
tablet e pc!**

La cucina delle erbe spontanee

Di Mariangela Susigan
e Alessandro Gilmozzi
GIUNTI EDITORE SpA
€ 25,00



Barba di capra, aglio ursino, silene bubbolina, pimpinella, luppolo e crescione d'acqua sono solo alcuni degli ingredienti che possono insaporire e caratterizzare i nostri piatti.

Ecco un libro per entrare nel mondo magico dei boschi e dei loro tesori culinari, guidati da due chef (e una botanica) che ci raccontano la cucina di territorio.

Una cucina interessante e innovativa, che si sta diffondendo negli ultimi tempi sulla scia della valorizzazione delle materie prime. Il volume ha un impatto grafico e fotografico molto forte e ci fa immergere nei boschi e nei prati di due luoghi d'osservazione privilegiati: Caluso, in Piemonte, a due passi dal Gran Paradiso, e Cavalese, in val di Fiemme, nelle Dolomiti.

Dopo una presentazione degli chef, Mariangela Susigan e Alessandro Gilmozzi, sono le erbe spontanee protagoniste: nelle credenze, nei riti e, soprattutto, nella cucina tradizionale e non.

Il buono che fa bene

Di Carlo Cracco
Antonio Vallardi Editore
€ 16,90

La cucina è territorio, tradizione, sperimentazione e professionalità. Ma è anche emozione e felicità; è il Benessere con la B maiuscola. La cucina che fa bene è la cucina del presente e insieme quella del futuro; è poter preparare un piatto salutare, senza perdere di vista la parte creativa e gourmet. Il buono che fa bene è proprio questo: un approccio contemporaneo alla cucina e a tutto quello che mettiamo nel nostro piatto.

Oggi non conta solo mangiare, ma fare della tavola una scelta di benessere. Attraverso il contributo della scienza andremo a esplorare dodici superfood applicati in 60 nuove ricette firmate da Carlo Cracco, imparando ad apprezzarli e a valorizzarli per tutte le loro grandi proprietà. Capiremo che inserire questi alimenti nel nostro menu è un'ottima abitudine, per stare bene oggi e prevenire problemi domani. E poi naturalmente li sfrutteremo per costruire un percorso gourmet, lavorando con consistenze, tecniche e procedimenti da chef.

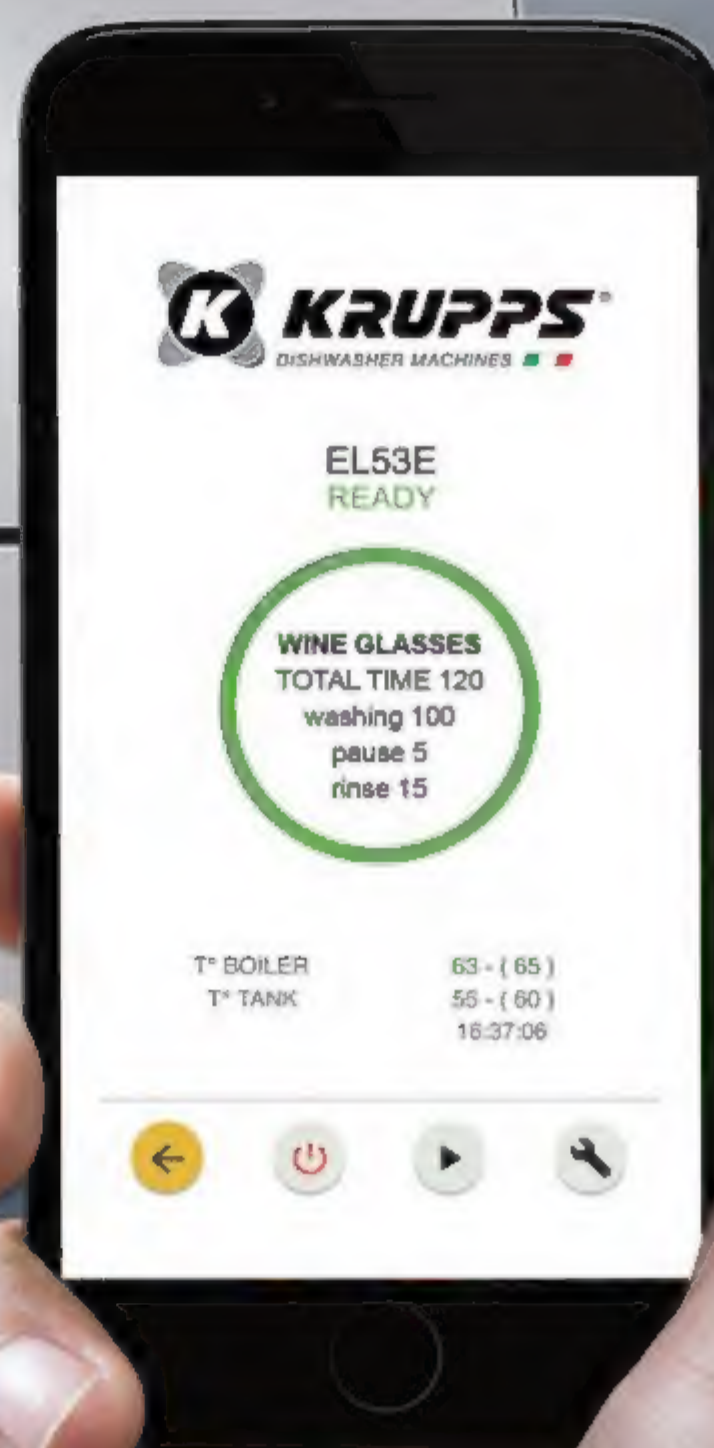


Ristorando
È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu

PUNTA I RIFLETTORI SULLA TUA LAVASTOVIGLIE.
UNIKO, IL MIGLIOR PARTNER PER LA TUA CUCINA,
GARANTISCE IGIENE E BRILLANTEZZA AI TUOI CLIENTI.

krupps.it f @ in

50^K
SINCE 1965



K **KRUPPS**
DISHWASHER MACHINES 



**IN UNA NUOVA
FORMA,
UN NUOVO
FUTURO.**

Siamo la tradizione e siamo l'energia per un cambiamento fatto di benessere, responsabilità e condivisione senza fine.

Per garantire, ogni giorno, il piacere e la qualità della nutrizione.

Siamo cibo, cultura, persone. Il futuro inizia da qui.

Scoprici in un nuovo racconto www.cirfood.com

Feed the future


CIRFOOD